

UNIVERZITA KARLOVA

Přírodovědecká fakulta

Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje

Studijní program: Geografie

Studijní obor: Sociální geografie a regionální rozvoj



Bc. Jakub Skuhrovec

Geografie sportu a podmíněnosti návštěvnosti ledního hokeje v Česku

Geography of Sport and Conditionality of Attendance of Ice Hockey in Czechia

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Vedoucí práce: doc. RNDr. Pavel Chromý, Ph.D.

Praha 2021

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem vypracoval práci samostatně. Všechny použité prameny a literatura byly řádně citovány. Práce, ani její část, nebyla využita k získání jiného nebo stejného akademického titulu.

Poděkování:

Děkuji za podporu nejen při psaní diplomové práce. Děkuji své rodině. Děkuji své přítelkyni Alefťíně a blízkým. Děkuji panu docentovi Chromému za převzetí a vedení této práce. Děkuji také panu doktoru Tomešovi za zadání tématu práce.

Abstrakt:

Tato akademická práce vyšetřuje vztah geografie a sportu. Nejprve představuje geografii sportu jako subdisciplínu v systému geografie. Poté diskutuje vztah geografie a sportu v obecné rovině, v různých prostředích a na jiných měřítkových úrovních. Po obecném úvodu se práce věnuje sportovní návštěvnosti jako možné charakteristice pozice sportu v území.

V analytické části vyšetřuje vztah geografie a sportu na konkrétních mechanismech v konkrétním prostředí. Studován je lední hokej v Česku. V první části analýzy je lední hokej představen obecně, od počátků v území po současnost. Následně je analyzována návštěvnost nejvyšší domácí hokejové soutěže v období nepoznamenaném výraznými změnami v územní administrativě (od roku 1993, kdy zaniklo Československo, respektive od roku 2000, kdy vznikly kraje), do roku 2019 (kdy nebyla vyšetřovaná soutěž ovlivněna pandemií koronaviru). Analyzovaná data pocházejí většinou z oficiálních internetových zdrojů.

Postavení sportu se ve společnosti mění v čase a prostoru. Sport je nositelem identity a vytváří společenskou komunitu. Návštěvnost ligy roste a liga se koncentruje do populačně větších a funkčně významnějších regionů. Tyto závěry korespondují s obecnými trendy v profesionálním sportu. Návštěvnost české extraligy není závislá na úrovni agresivity týmů, což ukazuje na proměnlivost kultury hry a diváckých motivací v prostoru. Návštěvnost je podmíněna vícefaktorově.

Klíčová slova: kulturní geografie, geografie sportu, sportovní návštěvnost, česká extraliga ledního hokeje, vícenásobná lineární regrese

Abstract:

This academic work is devoted to the examination of the relationship between geography and sport. Firstly, it presents the geography of sport as a subdiscipline in the system of geography. Afterwards it discusses the relationship between geography and sport in general in different environments and at different scale levels. After the general introduction, the work deals with sports attendance as a possible characteristics of the position of sport in the area.

The analytical part examines the relationship between geography and sport on specific mechanisms in a particular environment. The research studies ice hockey in the Czechia. In the first part of the analysis, ice hockey is generally presented from the beginning to the present in the area, then the attendance of the highest domestic hockey league in the period not marked by significant changes in spatial administration (from 1993, when Czechoslovakia ceased to exist, or from 2000, when the self-governmental regions were established), until 2019, when the league under investigation was not affected by the coronavirus pandemic. The analyzed data come mostly from official internet sources.

The position of sport in society is changing in time and space. Sport is creating the identity and social community. The attendance of the league is growing and the league is concentrating into more populated and more administratively important regions. These conclusions correspond to general trends in sports. Attendance of the Czech extraliga does not depend on the level of aggression of the teams, which indicates the variability of the game culture and spectator motivations in space. Attendance is more factor dependent.

Keywords: cultural geography, geography of sport, sports attendance, Czech extraliga, multiple linear regression

OBSAH

Seznam použitých objektů	10
Seznam rámečků	12
Seznam použitých zkratk	13
Úvod	14
Obecná východiska	17
2.1 Geografie sportu.....	17
2.1.1 Vymezení geografie sportu	17
2.1.2 Zařazení geografie sportu do systému geografie.....	19
2.1.3 Sport v geografii a proměny geografie sportu.....	22
2.2 Sport a geografie	29
2.2.1 Sport a geografická perspektiva	33
2.2.2 Sport z pohledu vybraných perspektiv	42
2.3 Sportovní návštěvnost	56
2.3.1 Sportovní návštěvnost jako možnost hodnocení sportu	56
2.3.2 Sportovní návštěvnost a rozbor použité literatury.....	60
2.3.3 Sportovní návštěvnost, dílčí cíle výzkumu a stanovení výzkumných otázek .	68
Metodika a zdroje dat	73
3.1 Metodika výzkumu.....	73
3.2 Data	79
Výsledky	85
4.1 Lední hokej v Česku od jeho počátků po současnost.....	86
4.2 Návštěvnost extraligy ledního hokeje v Česku v letech 1993–2019.....	102

Závěr	120
Seznam použité literatury	123
Přílohy.....	138

SEZNAM POUŽITÝCH OBJEKTŮ

Schéma 1: Pozice geografie sportu v systému geografie (geografií).....	22
Schéma 3: Vliv sportu a aktérů v prostředí sportu na prostředí.....	33
Schéma 4: Zasazení sportovního prostředí a jeho složek v prostoru.....	34
Schéma 5: Sport v prostoru a souvislosti jeho prostorové charakteristiky a rozšíření ...	37
Schéma 6: Podoby sportu a jejich napojení na prostředí	41
Schéma 7: Vývoj sportu, hybné síly změn sportu, změny jeho organizace, významů, pozice a vztahů s prostředím.....	46
Schéma 8: Zapojení jednotlivce ve sportovním prostředí podle jeho preferencí	58
Schéma 9: Vybrané rozměry sportovní návštěvnosti a naznačení jejich témat, perspektivy a klíčových slov	60
Tabulka 1: Faktory vyšetřované v souvislosti se sportovní návštěvností ve vybraných výzkumech	67
Schéma 10: Proces tvorby výzkumu, jednotlivé fáze a konkrétní charakteristiky analýzy	68
Schéma 11: Vybrané rozměry sportovní návštěvnosti a rozdělení sledovaných proměnných	82
Časová osa 1: Události a procesy, které ovlivnily návštěvnost české extraligy od roku 1985 po současnost	101
Graf 1: Úroveň návštěvnosti české extraligy v jednotlivých sezonách od sezony 1992/1993 do sezony 2018/2019	103
Graf 3: Průměrné pořadí měst v žebříčku kvality života ve městě, jejichž týmy se účastnily extraligy ledního hokeje v jednotlivých sezonách od sezony 2000/2001 do sezony 2018/2019, (bez Prahy).....	110

Graf 4: Průměrná hodnota ukazatele administrativního postavení měst, jejichž týmy se účastnily extraligy ledního hokeje v jednotlivých sezonách od sezony 2000/2001 do sezony 2018/2019, (bez Prahy).....	111
Graf 5: Průměrná hodnota ukazatele počtu profesionálních sportovních týmů ve městech, jejichž týmy se účastnily extraligy ledního hokeje v jednotlivých sezonách od sezony 2000/2001 do sezony 2018/2019, (bez Prahy).....	112
Tabulka 3: Korelace mezi návštěvností týmů extraligy ledního hokeje a populační velikostí města, ve kterém působí za časové období mezi roky 2000–2019 a vybrané sezony	113
Tabulka 4: Korelace mezi návštěvností týmů extraligy ledního hokeje a agresivitou jejich hry, časové období mezi roky 2000–2019 a vybrané sezony	115
Graf 6: Ukázka výstupů analýzy, histogram průměrných hodnot návštěvnosti extraligy v sezoně 2000/2001	116
Tabulka 5: Ukázka výstupů analýzy, parciální korelace (nezaměstnanost a kvalita života)	117
Tabulka 6: Model vícenásobné lineární regrese, výsledné proměnné a jejich vliv na návštěvnost extraligy v sezoně 2000/2001	117
Tabulka 7: Model vícenásobné lineární regrese, výsledné proměnné a jejich vliv na návštěvnost extraligy v sezoně 2006/2007	118
Tabulka 8: Model vícenásobné lineární regrese, výsledná proměnná a její vliv na návštěvnost extraligy v sezoně 20012/2013	118
Tabulka 9: Model vícenásobné lineární regrese, výsledné proměnné a jejich vliv na návštěvnost extraligy v sezoně 20018/2019	119

SEZNAM RÁMEČKŮ

Rámeček 1: Přírodní determinismus a posibilismus	23
Rámeček 2: Geografie sportu po kulturním obratu ve společenských vědách	26
Rámeček 3: Cena vstupenek v Česku	62
Rámeček 4: Lední hokej a jeho vývoj ve světě	86
Rámeček 5: Organizace ledního hokeje.....	97

SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK

ČSLH	Český svaz ledního hokeje
ČSÚ	Český statistický úřad
ELH	Extraliga ledního hokeje
IIHF	International Ice Hockey Federation – Mezinárodní federace ledního hokeje
NHL	National Hockey League – liga ledního hokeje v Severní Americe
ORP	Obec s rozšířenou působností státní správy
USA	Spojené státy americké

Úvod

Sport je v geografii dosud spíše na okraji pozornosti většiny výzkumů. Sport má ale bezesporu geografické rozměry a jeho projevy a významy spoluutvářejí prostředí v širším smyslu milieu (Dear, 1988; Bale a Dejonghe, 2008). Akademická práce má ambici diskutovat vztah geografie a sportu. Jejímí dílčími cíli je představení geografie sportu jako subdisciplíny geografického bádání, diskuze vztahu geografie a sportu v obecné rovině a analýza konkrétních mechanismů v konkrétním prostředí. Práce má ambici porozumět problematice, výzkumník si je však vědom subjektivity bádání. Výsledky výzkumu by měly být aplikovatelné jak v rámci geografie sportu, tak i jiných oborů, které budou implementovat geografickou perspektivu.

Práce v první části představuje geografii sportu. Tu nejprve vymezuje, poté představuje její vývoj v návaznosti na proměny geografie i práce osobností subdisciplíny. Popsán bude i současný stav geografie sportu a pozice geografie sportu ve vědeckém prostředí v Česku.

Další sférou, které se práce věnuje, je sport. Ten představuje z pozice geografie a vybraných oborů (s akcentací geografických rozměrů). Nabízí diskuzi v souvislostech měnící se společnosti i časoprostorových kontextů – měnící se význam sportu a sportovních aktivit pro společnost – formování míst, regionů a územních komunit i ekonomické a politické souvislosti sportu a prostředí na různých měřítkových úrovních.

Po obecném úvodu práce přechází k uvedení možných ukazatelů popularity a postavení sportu. Zvláštní pozornost je věnována sportovní návštěvnosti, která je hodnocena v další části výzkumu. Ta je ukazatelem, s nímž se často v prostředí geografie sportu i kulturní geografie pracuje (Bale, 2003; Paul, 2003; Provenzano, 2010; Ilies a kol., 2014). Návštěvnost sportovních utkání je jev závislý na vnitřních podmínkách (motivace) a vnějších rámcích (možnosti) a reflektuje prostorové rozdíly. Porozumění návštěvnosti sportu je znesnadněno heterogenitou skupiny diváků, měnící se společností i časoprostorových kontextů a specifiky sportů.

Jak bylo uvedeno výše, k analýze pozice sportu a sportovní návštěvnosti byl vybrán lední hokej. Je sledováno časové období od počátků ledního hokeje v území po současnost. Návštěvnost je statisticky analyzována jen v časovém období, které není poznamenáno většími změnami v prostorové organizaci a územní administrativě, tj. po rozpadu Československa (1993), respektive po vzniku krajů (2000). Tyto změny znamenaly počátek formování nových regionů, politických a ekonomických struktur i územních komunit a budování regionálních identit, často se sportem spojených a sport využívajících. Statistická analýza se nezabývá sezonou 2019/2020 ani 2020/2021, které byly poznamenány pandemií koronaviru. Systém analyzované základní části nejvyšší ligy ledního hokeje se ve sledovaném období výrazně neměnil. Výsledky analýzy by tak s větší pravděpodobností mohly poukázat na určité vnitřně podmíněné trendy v návštěvnosti, atraktivitě sportu a jeho nových významů.

Výběr nejvyšší hokejové ligy je podložen reprezentativností systému. Vybraná liga patří dlouhodobě k nejnavštěvovanějším na území Česka. Absolutní počet diváků, kteří navštívili její zápasy v sezoně 2018/2019, atakoval hranici dvou milionů (finance.cz, 2019). Liga je analyzována také z důvodu dostupnosti velkého množství dat o soutěži, a to jak za dané týmy, tak za charakteristiky území (regionů), ve kterých týmy působí.

Informace vstupující do analýzy pochází převážně z internetových zdrojů oficiálních webových stránek českého hokeje, jednotlivých týmů a portálu Českého statistického úřadu. Na základě rozboru dosavadních prací v oblasti geografie sportu je zformulováno pět výzkumných otázek, diskuze se opírá jak o dosavadní výzkumy, tak i o jejich statistický rozbor. Analýza kombinuje metody využívající prvky diskuze literatury, deskriptivní statistiky, korelačních analýz a vícenásobné lineární regrese.

Na základě dynamiky společenských procesů v posledních desetiletích lze očekávat navyšování návštěvnosti. Usuzovat na to lze s ohledem na měnící se hodnotovou orientaci společnosti, respektive rostoucí konzumerismus společnosti (Smart, 2007), změnu postavení profesionálního sportu (Duke, 1990) i společensko-ekonomické změny uvnitř a vně sportu (komercialismus sportu a zvyšování ekonomické úrovně). Je pravděpodobné usuzovat na koncentraci ligy do jak populačně větších, tak funkčně významnějších center. Týmy v nich mohou být blíže k poptávce (Bale, 1989), nabídnout atraktivnější zážitek ze sledování utkání (Smart, 2007), či třeba využívat existující infrastrukturu. Sport je navíc jako nositel identity v hledáčku zájmu politiků a podnikatelů (Popovic a Bjelica, 2013). Extraliga ledního hokeje v Česku by měla být, s ohledem na svou velikost, relativně stabilním systémem. Její návštěvnost mohla být ovlivněna více vnějšími událostmi, a to jak sportovní povahy (výsledky českého národního týmu na světových šampionátech a výluky v severoamerické hokejové lize), tak „nesportovní“ povahy (ekonomická krize roku 2008).

Snahou autora je porozumět proměnám vzájemného vztahu mezi sportem a prostředím, pochopit „chování“ systému sportu a poodhalit jeho významy a fungování v prostoru. Uvedenými a analyzovanými poznatky přispět do diskuze geografie sportu. Výsledky výzkumu jsou jak obecného charakteru, tak diskutují konkrétní příklad – lední hokej v Česku. Mohou posloužit pro potřeby sledované soutěže, jednotlivých týmů, ale třeba i pro rozhodování v oblasti územního plánování, pro politicky či ekonomicky motivovaná rozhodnutí aktérů rozvoje v území, predikaci návštěvnosti a podobně.

Důvodem výběru tohoto tématu byl jak zájem autora o geografii, sport a znalost hokejového prostředí, tak i vnímání perspektivy geografické jako nezbytné pro pochopení sportu a sportovních aktivit.

Diplomová práce je rozdělena do pěti hlavních kapitol, které se dále člení do podkapitol a oddílů. Obecná východiska se věnují geografii sportu, diskutují vztah (nejen) geografie a sportu a představují analýzu návštěvnosti ledního hokeje. Kapitola Data a metodika popisuje přípravu analýzy a odůvodňuje použití vybraných metod a postupu. Kapitola Výsledky přináší diskuzi nad vývojem a proměnami ledního hokeje a odpovídá na výzkumné otázky a souvztažné informace. V kapitole Závěr práce shrnuje naplnění cílů a diskutuje výsledky výzkumu a zamýšlí se i nad dalším možným směřováním bádání.

KAPITOLA 2

Obecná východiska

Kapitola obecná východiska má tři dílčí cíle, při jejich diskuzi postupuje od obecného ke konkrétnímu, a je rozdělena do tří podkapitol. Cílem první podkapitoly je představit geografii sportu jako samostatnou subdisciplínu. Druhá podkapitola odpovídá na otázku, jaké povahy je vztah geografie a sportu na různých měřítkových úrovních a jak hodnotit postavení sportu, přičemž největší pozornost věnuje sportu z perspektivy geografie, ale představuje i vztahy k jiným oborům. Cílem poslední, třetí, podkapitoly, je uvést analýzu a rozebrat dosavadní studie dané problematiky v kontextu jejich subjektivních pozic a relevance pro specifické prostředí.

2.1 Geografie sportu

Podkapitola diskutuje postavení geografie sportu jako samostatné subdisciplíny humánní geografie (Rooney, 1974; Bale, 1989). Diskutuje vymezení geografie sportu a hledá významné impulzy jejího vývoje (uvnitř i vně geografie sportu). Je rozdělena na více oddílů přibližujících geografii sportu vždy z různých pohledů. Jednotlivé oddíly mají dohromady ambici představit geografii sportu jako celek.

2.1.1 Vymezení geografie sportu

Jako první by bylo užitečné vymezit geografii sportu, určit, čemu se věnuje a co je předmětem studia subdisciplíny. Je rovněž vhodné nastínit, jaká témata se snaží

objasňovat, popřípadě jaké koncepty, teorie a metody jsou pro disciplínu charakteristické.

Vymezit geografii sportu však není jednoduché, a to hned z několika důvodů. Důvody nejasného vymezení subdisciplíny lze najít jak uvnitř jí samotné, tak vně geografie sportu. Nejprve budou představeny vnitřní, poté vnější limity.

Vnitřní bariéru pro rozvoj subdisciplíny představuje její samotná podstata, orientace. Z jejího názvu je patrné, že se snaží odpovídat na otázky spojené se sportem a „chováním“ sportu v prostoru a čase. To je jejím předmětem. Jak sport, tak geografie jsou ale pojmy komplexní a s nejednoznačným vymezením (Bale, 2003). Co vlastně je sport? Kde je hranice mezi sportem a hrou či jinou tělesnou aktivitou? Co všechno studuje geografie a proč právě tak? Odpovědi na tyto a mnohé další otázky nejsou jednoznačné. Mění se s ohledem na proměnách myšlení i jejich vnímání jednotlivými aktéry. To se zase mění v čase souběžně se změnami sportu i geografie.

Geografie sportu ale není jedinou subdisciplínou, kterou je těžké vymezit. Není jedinou subdisciplínou, jejíž vymezení se v čase mění. Její slabé ukotvení v rámci systému geografie je také poznamenáno vnějšími okolnostmi. Přestože první geografická práce, která se zmiňuje o sportu, vznikla před více než 140 lety (Élisée Reclus, 1879 v Bale, 2003; Bale a Dejonghe, 2008), sport zůstal po celou tuto dobu na okraji pozornosti geografie (Dear, 1988, Gaffney a Maguire, 2013). Možnými důvody může být nepochopení geografického rozměru sportu, nepřikládání významu sportu jako důležitému činiteli v prostředí, složitému pochopení subdisciplíny s odkazem na její dynamiku či slabou poptávku po takových pracích. Sport byl nezdárka prezentován pouze jako jeden ze znaků kultury a jeho geografické aspekty byly studovány převážně z této zúžené perspektivy.

Geografie sportu je relativně novou subdisciplínou geografie (Tomeš, 2012), a to i přesto, že samotný sport je bezesporu fenomén s dlouhodobým historickým i geografickým rozměrem (Bale, 2003; Ilies a kol., 2014) a i v minulosti byl ovlivňován a spoluformován prostředím – přírodním i sociálním (Zhang a kol., 2001). Význam sportu lze spatřovat při formování míst a regionů a územních komunit, a to v různých geografických měřítcích (Higham a Hinch, 2006; Wise a Kohe, 2020). Pro obhájení, nebo dokonce posílení pozice potřebuje geografie sportu všeobecně přijímané vymezení, více prací rozvíjejících vlastní teorie a svou vlastní terminologii (Kohe, 2012).

Geografie sportu však dosud nemá všeobecně uznávanou definici (Gaffney a Maguire, 2013). Ani stěžejní publikace snažící se o formování subdisciplíny

(Bale, 1989; 2003; Rooney a Pillsbury, 1992) definici neuvádějí, a ani při tvorbě této akademické práce nebyla ucelená definice nalezena. Výše uvedení geografové zabývající se sportem neformulují definici geografie sportu, uvádějí však alespoň doporučení, jak subdisciplínu rozvíjet, podobně jako Kohe (2012) a konkrétněji, na co by se měla zaměřit. Podle Rooneyho a Pillsburyho (1992) má subdisciplína následovat tyto kroky: identifikovat sama sebe, zkoumat prostorovou difuzi sportu a snažit se regionalizovat území ze sportovního hlediska – Bale (1989) vidí cíle geografie sportu v pochopení „chování“ sportovních aktivit v prostoru, změn v čase, změn charakteru vazeb sportu na aktéry a prostředí a vytváření konceptů a teorií pomáhajících uvedené pochopit.

2.1.2 Zařazení geografie sportu do systému geografie

Tento oddíl představuje možné zařazení geografie sportu do systému geografie (geografií) a snaží se toto zařazení diskutovat. Nastíněny jsou i implikace geografie sportu pro další vědní obory. Organizace systému je zachycena i graficky prostřednictvím schématu Pozice geografie sportu v systému geografie (geografií) na konci oddílu.

Geografie sportu je subdisciplínou humánní geografie (do které se řadí i disciplína kulturní geografie). Nyní bude postupně představena geografie jako věda, humánní geografie a fyzická geografie, jako dva směry geografického bádání, jež lze dále dělit na jednotlivé disciplíny a subdisciplíny. Budou představeny ty disciplíny a subdisciplíny, které jsou geografii sportu nejbližší. Geografické bádání je v současnosti velmi fragmentované. Nemá jeden obecně přijímaný proud uvažování – paradigma (Korec a Rusnák, 2018). Současná geografie také klade důraz na subjektivitu a změny ve vymezení samotné geografie a v rámci geografického bádání (Gregory a kol., 2009).

Geografie, podle slovníku humánní geografie, studuje cesty, ve kterých je zapojeno místo jako prostředí či výstup sociálních a biofyzikálních procesů. Geografické bádání je vždy nějakým způsobem ovlivněno subjektivně. Mění se v čase s ohledem na stav a potřeby společnosti. Vztah geografie a ostatních oborů se v čase proměňuje a obecně lze říct, že její striktní oddělení od ostatních věd slábne (Gregory a kol., 2009).

Dělení geografie pomáhá jak při samotném vytváření geografických prací, tak následně i pro lepší orientaci v nich. Jedno z nejběžněji používaných dělení je rozdělení podle toho, zda je planeta vnímána jako objekt studia, humánní geografie či předmět studia, fyzická geografie (Gregory a kol., 2009). Humánní geografie soustřeďuje svoji pozornost na komplexní aktivní systém (Hampl, 1998). Její výzkumy jsou vystavěny

okolo pojmů prostor, místo a prostředí. Tyto aspekty jsou vnímány jako příčiny a zároveň důsledky lidských aktivit. V rámci humánní geografie dochází k přibližování jejích disciplín, z nichž jednou je kulturní geografie. Té bude věnována speciální pozornost. Kulturní geografie je totiž často pro pochopení sportu vnímána jako nejpověřenější disciplína humánní geografie. Někdy je bádání v oblasti sportu delegováno právě kulturní geografii (Bale, 2003). Sport je pak ale považován ve většině případů jen za jeden ze znaků kultury, stejně jako třeba jazyk či dědictví. Kulturní geografie zkoumá sport jako znak vzešlý ze společensko-ekonomického a kulturního důrazu na volný čas a rekreaci (Gregory a kol., 2009). Takové vnímání sportu nepostihuje sport v celé jeho šíři.

Kulturní geografie je velmi dynamicky se rozvíjející disciplína. Počátky jejího rozvoje lze zaznamenat po takzvaném kulturním obratu ve společenských vědách, tedy i v humánní geografii. K němu došlo v reakci na uvědomění si subjektivity jedince, opomenutí výjimečného a nereflektování heterogenity aktérů a prostředí v geografických výzkumech v období tzv. kvantitativní revoluce v geografii. Kulturní geografie se snažila proniknout do hloubky (Matthews a Herbert, 2008; Heřmanová a Chromý, 2009), hledala stále více inspiraci v sociologii, nikoliv jako Sauerova kulturní geografie, v 1. polovině 20. století (Berkeleyova škola), v biologii (Ilies a kol., 2014). Vymezení badatelů proti tradičnímu znamenalo nastartování tohoto kulturního obratu. Objevila se kritika uvažování o geografii jako o prostorové vědě. Snahou bylo zahrnutí kulturního rámce do geografických disciplín (Heřmanová a Chromý, 2009; Daněk, 2013). To se projevilo i přiblížením a prohloubením vazby mezi geografii a sociologií, a to oběma směry. Zrodila se takzvaná nová kulturní geografie, disciplína s jiným vnímáním prostředí a jinými cíli (Heřmanová a Chromý, 2009), která koexistuje s tradičními přístupy v kulturní geografii (Matthews a Herbert, 2008; Ilies a kol., 2014). Využívá jiné koncepty, metody a zabývá se jinými, problémově orientovanými, tématy. Zaměřuje pozornost na vnímání kultury jako skutečnosti ovlivňující životy lidí, nejen popis souboru kulturních znaků (Matthews a Herbert, 2008). Upřednostňuje zájem o porozumění a pochopení společenské organizace prostoru – sociálně konstruovanou realitu (Heřmanová a Chromý, 2009). Řešenými tématy se staly identity, komunity inkluze a exkluze, nebo třeba sexuality a snaží se o naslouchání i dříve často opomíjeným aktérům v území (Crouch a kol., 2006; Heřmanová a Chromý, 2009; Gregory a kol., 2009; Gaffney a Maguire, 2013; Korec a Rusnák, 2018).

Subdisciplínou geografie, která může přispět k pochopení „chování“ sportu v prostoru, je i geografie volného času (Bale, 1981; Suominen, 2009; Stenbacka, 2017). Takové přiřazení je ale opět nedostatečné. Sport lze vnímat jako volnočasovou aktivitu, tuto svou roli ale sport přerostl (Bale, 1989) a dnes je nositelem i mnoha jiných významů (například zaměstnání, životní styl), (Higham a Hinch, 2006). Názorným příkladem je sport profesionální a vše, co tuto podobu sportu doprovází. Někteří geografové zdůrazňují i společné prostorové „chování“ a blízkost sportu a turismu (Higham a Hinch, 2006; Standeven a De Knop, 1999).

V rámci geografického studia sportu se lze zaměřit na řadu témat. Tato akademická práce se přiklání k tomu, že geografie sportu není samostatnou disciplínou. Není na stejné úrovni jako třeba disciplíny sociální, ekonomické, politické či kulturní geografie.

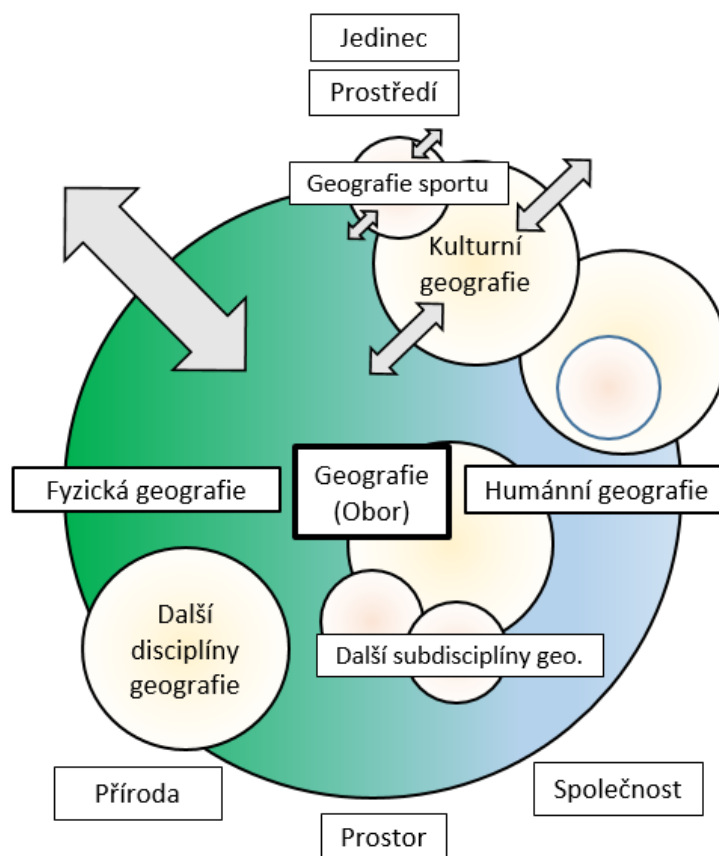
Geografii sportu však lze, jak bylo uvedeno výše, vnímat jako subdisciplínu. Těsnější vztah, respektive nejvíce blízká je kulturní geografii. Sport je bezesporu znakem kultury. Sportování lze dokonce vnímat jako samostatnou, celosvětově rozšířenou kulturu (Smart, 2007). K pochopení sportu a jeho „chování“ v prostoru může kulturní geografie pomoci. Sport má ale roli nejen jako znak kultury. Lze ho studovat i z jiných pozic, jiných perspektiv, a to jak v rámci humánní a fyzické geografie, tak z pohledu jiných oborů vně geografii.

Subdisciplína geografie sportu přímo souvisí s obory příbuznými geografii. Například, James a Ross (2004) mezi ně zahrnuli ekonomii, sociologii, historiografii, psychologii, lékařství a životní prostředí. Přidána by mohla být i demografie nebo politologie. Blízkost sociologie a geografie akcelerovaná kulturním obratem v geografii již byla zmíněna výše.

Vztahy mezi subdisciplínou a jejím okolím jsou různého druhu v návaznosti na směr vztahu, motivací jeho utváření, zda je vztah záměrný či je důsledkem jiného procesu, nebo povaze, zda je vztah kladný či záporný či podle jeho trvání v prostoru a čase. Všechny zmíněné možnosti je třeba zvažovat a interpretovat s ohledem na cíle výzkumu a otázky, které si v souvislosti s rolí či významy sportu klade.

Následující schéma zachycuje nástin vnitřní organizace vědního oboru geografie. Schéma se soustřeďuje na strukturu geografie ve vztahu k lepšímu pochopení pozice geografie sportu. Schéma je zjednodušením složitého, vzájemnými vztahy provázaného systému a jeho součástí jsou nejen jednotlivé komponenty, ale je také naznačena jejich blízkost a vazby mezi nimi.

Schéma 1: Pozice geografie sportu v systému geografie (geografii)



Zdroj: Vlastní zpracování.

Poznámka: Schéma popisuje strukturu geografie jako vědního oboru. Zachyceny jsou jednotlivé kategorie a naznačena je i jejich úroveň. Geografie sportu je vnímána jako subdisciplína geografie s blízkou vazbou na kulturní geografii. Zatímco levá část schématu je věnována fyzické geografii, která pracuje s pojmem příroda, pravá strana je věnována humánní geografii, která operuje s pojmem společnost.

2.1.3 Sport v geografii a proměny geografie sportu

V předchozím oddíle této podkapitoly bylo uvedeno jméno geografa, který se ve své práci jako první podrobněji zajímal o sport (Bale, 2003). Byl jím Francouz Élisée Reclus. Jeho dílo *Nouvelle Geographie Universelle* (Nový všeobecný zeměpis) obsahuje mimo jiné i informace o vzniku kriketu a o jeho šíření (Bale a Dejonghe, 2008). Uvedeným dílem se protnuly pomyslné cesty geografie a sportu. Oddíl tuto cestu přibližuje od jejího počátku až po současnost, snaží se identifikovat klíčová díla a autory, operující v oblasti geografie sportu. Na základě zjištěných informací se pokouší nastínit možný budoucí vývoj geografie sportu. Na závěr oddíl seznamuje s geografii sportu v akademickém prostředí Česka.

Zmíněné dílo Élisée Recla nezavdalo podnět k vzniku geografie sportu jako samostatné geografické disciplíny. Sport byl a stále je spíše na okraji pozornosti geografie i přesto, že má mnoho geografických rozměrů, a naopak geografie, může přinášet mnoho poznatků potřebných pro pochopení sportovních aktivit a aktivit se sportováním souvisejících (Bale, 2003). Po uvedení sportovní tematiky do geografie vznikaly relevantní studie spíše sporadicky a bez znatelného řádu. Jejich styl se v čase vyvíjel. Z velké části kopíroval převládající směry – paradigmaty, obecně přijímaná ve stejném období v geografii. Povaha geografie sportu se také vyvíjí s ohledem na změny sportu – jeho rolí či jeho vnímání. Geografie sportu je relativně mladou a neustálenou subdisciplínou (Gaffney a Maguire, 2013), a tak na její podobu měl vliv i přístup konkrétních autorů a prací, které jsou přiblíženy níže.

Dalším geografem, který věnoval svou pozornost sportu, byl Hildebrand. Jeho práce *The Geography of Games* z roku 1919 představuje sporty různých regionů světa. Práce je deskriptivní povahy (Bale a Dejonghe, 2008) a je poznamenána přírodním determinismem, paradigmatem, jež bylo v geografii v době vzniku práce běžné. Hildebrand vnímá sport jako aktivitu závislou na přírodním prostředí (Bale, 2003).

Rámec 1: Přírodní determinismus a posibilismus

Přírodní determinismus často stojí v geografii proti myšlence posibilismu. Přístup přírodního determinismu zdůrazňuje roli prostředí jako příčiny. Posibilismus naopak připouští, že prostředí ovlivňuje aktéry, ale klade důraz na schopnost aktérů čelit determinaci prostředím. Mezi hlavní představitele přírodního determinismu lze řadit německého geografa Friedricha Ratzela. Mezi hlavní představitele myšlenky posibilismu pak patří Francouz Paul Vidal de la Blache (Korec a Rusnák, 2018).

Na příkladu práce finského geografa Ernsta Jokla lze dokumentovat další proměny výzkumu sportu v geografii. Jokl v roce 1956 vydal knihu věnovanou olympijským hrám v Helsinkách (1952). Zabýval se úspěšností sportovců ve vztahu k jejich původu, respektive regionu, ze kterého pochází. Původ sportovců byl pro něj hlavním tématem sportu z pohledu geografie (Bale, 2003). Na rozdíl od Hildebranda však Jokl nevnímal roli přírodního prostředí jako stěžejní pro porozumění regionálním rozdílům. Jokl, stejně jako většina geografů té doby, přistupoval k tématu z perspektivy zahrnující i roli společnosti. Díky statisticky složitější metodice uvedeného výzkumu je také často označován za geografa, který obohatil (v období tzv. kvantitativní revoluce) geografii sportu o statistickou analýzu (Bale, 2003; Bale a Dejonghe, 2008).

Geografie sportu neměla časopis či asociaci, které by pomohly při formování subdisciplíny a následné koordinaci jejího rozvoje. Geografové, kteří se zabývali sportovní tematikou, sport využívali k ověření principů sport přesahujících (Thrift a Pred, 1981; Gaffney a Maguire, 2013; Ilies a kol., 2014) či se sportu věnovali jen v částech svých publikací. Jen dva geografové dosáhli obecného uznání jako odborníci na sport v geografii. Věnovali sportu soustavnou pozornost a jsou považováni za představitele geografie sportu jako subdisciplíny. Jedním je Američan John Rooney, považovaný za zakladatele moderní geografie sportu (Bale, 2003; Tomeš, 2012) a druhým Brit John Bale, průkopník geografie sportu v Evropě (Bale a Dejonghe, 2008; Ilies a kol., 2014).

John Rooney, profesor Oklahomské univerzity, byl ústřední postavou geografie sportu v Severní Americe, kde je dosud této subdisciplíně věnována největší pozornost. Vnímá statistickou analýzu jako klíčovou metodu k pochopení geografie sportu. Stal se prvním respektovaným geografem sportu. O jeho články byl zájem i v renomovaných geografických časopisech jako například *Geographical Review* (Rooney, 1969). Stál u zrodu vůbec prvního časopisu věnovaného výhradně geografii sportu. Časopis *Sport and Place: An international Journal of Sports Geography* pak vycházel od roku 1987 do roku 2000 (Bale, 2003). Časopis nabízel jak tradičněji zpracovaná témata, tak i články vycházející z novějších, humanistických přístupů (Mueller, 2000). Zánik časopisu byl zapříčiněn nedostatkem finančních prostředků, nedostatkem kvalitních článků a neschopností časopis lépe propagovat (Bale a Dejonghe, 2008). Rooney také společně s dalším geografem Richardem Pillsburym vydal v roce 1992 rozsáhlý Atlas amerických sportů. Rooneyho pojetí studia sportu v geografii bývá někdy označováno jako Oklahomská škola geografie sportu (Bale a Dejonghe, 2008).

John Rooney byl však často kritizován ostatními geografy. Rooney neusiloval o pochopení podmíněnosti „chování“ sportu (*poznámka: jak již bylo uvedeno v textu, jedná se o sebeidentifikaci, výzkum prostorové difúze sportu a snahu regionalizovat území ze sportovního hlediska*). Kritici mu vyčítali, že nepronikl hlouběji do tématu, ale sport vnímal jen jako fenomén, který může být mapován (Bale, 2003). Rooney opomíjel také vliv geografie sportu na jiné sféry společnosti (Bale a Dejonghe, 2008). John Rooney, i přes svůj, vyhraněný postoj ke geografii sportu, nebo možná právě v jeho důsledku upoutal pozornost mnoha geografů. Po jeho odchodu z akademické sféry v 90. letech 20. století byla pozice geografie sportu jako samostatné subdisciplíny bezesporu

oslabena. Odklon ostatních geografů od Oklahomské školy geografie sportu znamenal začátek dalšího období geografie sportu. To je charakterizováno příklonem ke kulturní geografii (Bale a Dejonghe, 2008).

John Bale, britský geograf, je největší postavou geografie sportu v Evropě (Kohe, 2012). Jeho *Geography and Football: The Use of Ideas from Football in the Teaching Geography* (Bale, 1976), přibližující geografii a sport, je zpětně označována za pionýrskou publikaci subdisciplíny geografie sportu v Evropě. Hlavní premisou pro Balea bylo vnímat prostor, místo a prostředí jako hlavní termíny pro pochopení nejen geografie, ale i sportu. Geografie sportu má podle něj mnoho podob měnících se v čase a prostoru v návaznosti na změnu samotného sportu. Bale je autorem či spoluautorem mnoha článků a dalších publikací z oblasti geografie sportu. Přičemž ta nejvýznamnější – kniha *Sports Geography* z roku 1989, která se dočkala druhého a třetího vydání v roce 2002 a 2003 (Bale, 2003) se považuje za milník ve vývoji subdisciplíny (Bale a Dejonghe, 2008, Kohe, 2012; Ilies a kol., 2014).

John Bale aspiroval svou knihou *Sports Geography* (Bale, 1989) na přijetí geografie sportu do systému geografie jako samostatné disciplíny. Prostřednictvím své knihy se snaží čtenářům doručit ucelenou informaci o geografii sportu a „chování“ sportu z perspektivy geografa. Dotýká se vymezení geografie sportu, pozornost věnuje proměnám sportu v čase, rozdílným charakteristikám sportu v prostoru, diskutuje pozitivní a negativní vlivy sportu na prostředí, současnou situaci a pozici sportu ve společnosti. Do publikace zařadil i humanisticky orientovaná témata jako subjektivně vnímané významy sportu, sportovní identity, vliv sportu na utváření komunit, nebo třeba roli subjektivity samotné interpretace (Bale, 2003). Z hlediska zaměření této práce je inspirativní vyšetření návštěvnosti sportovních akcí.

Sports Geography je jednou z nejužitečnějších a nejcitovanějších knih geografie sportu (Kohe, 2012). Je v ní znatelný ústup od převážně deskriptivní geografie sportu. Autor se v ní snaží dotýkat nových témat v humánní geografii, například sportovní identity. Přesto se její kritika nejčastěji soustřeďuje právě na zapojení perspektivy humánní geografie, která není dostatečná. Bale sice zmiňuje nová témata, přesto stále většinu pozornosti věnuje mapování a statistickým výstupům, které hodnotí sportovní aktivity. Bale se nesnaží pochopit podmíněnosti fungování systému a vysvětlit rozdíly. Systém popisuje a rozdíly uvádí. Soustředí se na měřitelné charakteristiky. Příspěvek Balea do geografie sportu je znatelně poznamenán jeho osobní pozicí. Soustřeďuje se na

situaci v Británii, popřípadě v USA či v Evropě a věnuje se sportům populárním v Británii a především profesionálnímu, mužskému sportu (Murray, 2016).

Výše v práci bylo poznamenáno, že pohled na sport a úroveň pozornosti v geografii je poznamenána proměnami geografie, přístupem hlavních představitelů k subdisciplíně a proměnami sportu v čase. Těm bude věnováno více prostoru v další podkapitole. V souvislosti s vývojem geografie sportu bude nyní vyzdvižen pouze jeden z procesů znatelných v moderním sportu – jeho komercializace. Sport se v průběhu 20. století měnil a byl mu čím dál častěji propůjčován ekonomický rozměr. Komercializací sportu se rozumí postupně sílící napojení sportu na ekonomický trh a vnímání sportu jako nabízeného produktu (Sekot, 2003). Komercializace sportu přinesla zvýšenou pozornost věnovanou sportu ve vědě, potažmo i v geografii. Aktéři si od vědeckých poznatků „objednávají“ zajištění výhody nad konkurenčním hráčem, týmem, sportem či volnočasovou aktivitou (Slepičková a Slepička, 2012).

Rámec 2: Geografie sportu po kulturním obratu ve společenských vědách

Po kulturním obratu v geografii se i geografie sportu přiblížila společenským vědám. Důkazem může být použití teorií přijímaných v ekonomii a sociologii v novějších geografických pracích věnovaných sportu (Coakley a Dunning, 2000). Stejně jako v současné geografii i v geografii sportu lze vysledovat rozštěpení subdisciplíny. To je rozpoznatelné velkým množstvím řešených témat, zaujetím odlišných postojů a přístupů, širokým spektrem používaných metod (Ilies a kol., 2014) a i rozdílnou interpretací závěrů.

Post-přístupy v geografii (například postkolonialismus, postmodernismus, poststrukturalismus) přináší nové způsoby (kritického) myšlení (Korec a Rusnák, 2018), tedy i nová témata do geografie sportu. Ta mají nejčastěji základ v geografickém bádání mimo vlastní geografii sportu (Bale a Dejonghe, 2008). Příkladem může být aplikace migračních teorií na prostředí sportu. Douvis (2014) čerpá z obecně přijímaných teorií. Místo pojmu brain drain (popisující migraci schopnostmi výjimečně vybavených jedinců z regionů periférních do regionů jádrových) operuje s termíny muscle drain či foot drain (popisují migraci vynikajících sportovců probíhající na stejném principu). Geografie sportu také nabízí výzkumy sportovních klastrů (Freitas, 2014), propůjčuje si Hägerstrandovu teorii o šíření inovací, přičemž inovací, jejichž šíření v prostoru je vysvětlováno je sport (Bale, 2003; Moore a kol, 2006), nebo se snaží pomoci v oblasti územního plánování, jako například Nizozemci Rosjens a Vam Dam (Bale, 2003). Nejznatelnějším trendem geografie sportu je její přibližování se a posilování vazby na

kulturní geografii. Tyto výzkumy se věnují místům, územím, sociálnímu kapitálu, sítím aktérů, úrovním a podobám sportovní participace, komunitám, identitám, topofilii, moci a subjektivitě samotného bádání (Bale a Dejonghe, 2008; Heřmanová a Chromý, 2009; Kohe, 2012; Wise a Kohe, 2020).

Současná geografie sportu se stále potýká se stejnými bariérami jako v minulosti. Vyčlenit geografii sportu a představovat ji jako samostatnou subdisciplínu geografie stále vzbuzuje kontroverze. Kritici jí nadále vyčítají její nejednoznačné vymezení, neurčitost její orientace, slabou úroveň autonomie na ostatních geografických poznatcích, její slabé institucionální ukotvení, zpochybňování subdisciplíny okolím a zpochybnění specifčnosti role sportu pro geografické bádání (Bale, 2003; Bale a Dejonghe, 2008; Kohe, 2012; Murray, 2016), pasivita geografie sportu ve vztahu k hledání příčin, podmíněností a mechanismů fungování systému, nízká reflexe vztahů geografie sportu k jiným oborům (Dear, 1988), nebo nízký počet výzkumů v této oblasti (Crawford a Gosling, 2016; Wise a Kohe, 2020). Dalším bodem kritiky, a to jak geografie sportu, tak i geografie jako celku, je vnímání okolí a výběr problematiky ze subjektivní pozice badatele. Příklad významu pozice badatele lze poodhalit při pohledu na rwandský společensko-kulturní rituál Gusimbuka Urukiramende. Během tohoto rituálu skáčou Rwandané přes tyč do výšky. Tato tradiční aktivita se podílí na jedinečné podobě procesu utváření místa, je symbolem spjatým s územím a lidmi v něm. Disciplína se však pozorovateli, který není seznámen s jejími významy v plné šíři, může zdát téměř totožná se skokem vysokým. Za hranicemi této africké země je proto tak i často vnímána. Historie a spirituální rozměr události, jenž je specifický pro komunitu a formující lokální identitu, je tímto popřen (Bale, 2003; Bale a Dejonghe, 2008).

Jak se bude geografie sportu vyvíjet v budoucnu, závisí zčásti i na jejím současném stavu. Jak již bylo uvedeno, geografie sportu zatím následuje při svém vývoji přijímaná paradigmata v geografii. V současnosti je geografie sportu charakterizována roztržštěním struktury přístupů, důrazem na kritické přístupy a přiblížením k ostatním humanistickým oborům. Podobný směr bude s velkou pravděpodobností dále pokračovat, stejně jako přibližování geografie sportu ke kulturní geografii.

Sport je dnes podle Balea (2003) nejvíce racionalizovaný od doby jeho vzniku. Přebírá nové role a stává se z něj světová kultura (Smart, 2007). Roste jeho význam ekonomický, ale i politický (Smart, 2007; Tomeš, 2012). Všechny tyto indicie napovídají, že sportu bude věnována stále velká pozornost, nejen ve společnosti ale i vědě a geografii.

Moderní sport a geografie mají mnoho společných průsečíků (Gaffney a Maguire, 2013). V souvislosti s rozvojem technologií lze předpokládat, že geografie sportu bude intenzivně využívat technologicky náročné analýzy, například nástroje moderní geoinformatiky (Ilies a kol., 2014), analyzovat data z jiných, novějších platform (mobilních telefonů, sociálních médií), (Gaffney a Maguire, 2013) a využívat tzv. BigData, zdroje shromažďované o sportu, k nalezení nových, ještě efektivnějších metod a konceptů výzkumu (Smart, 2007).

Geografie sportu v českém prostředí jako samostatná subdisciplína geografického systému není rozpoznatelná. Za jednu z mála postav české geografie sportu lze považovat geografa Jiřího Tomeše. Ten se v průběhu tří dekad podílel na fotbalovém atlasu (Jelínek, Tomeš, 2002), publikoval dva články v časopise Geografické rozhledy (Tomeš, 2012), je vyučujícím předmětu geografie sportu na Přírodovědecké fakultě Univerzity Karlovy svým vedením je podepsán pod řadou bakalářských a diplomových prací na toto téma (Holenda, 2012; Mičuda, 2016), (natur.cuni.cz, 2020). Do Geografických rozhledů přispěli i Pavel a Irena Slepíčkovi (Slepíčková, Slepíčka, 2012), lektori a výzkumníci z Fakulty tělesné výchovy a sportu Univerzity Karlovy. Ti v roce 2012 věnovali do stejného čísla časopisu jako Tomeš svůj článek o počátcích moderního sportu. K nalezení je i několik akademických prací, z nichž některé byly použity při rešerši zdrojů relevantních pro tuto práci (Lahvička, 2010; Hlaváč, 2011, Štěpánek, 2013). Tyto studie vznikají v Česku nahodile, s nepočetnou výjimkou prací vzniklých na Univerzitě Karlově pod vedením Tomeše.

Na základě výše uvedeného dospěl autor k závěru, že Geografie sportu je subdisciplínou humánní geografie, která se snaží porozumět hmotným i nehmotným aspektům sportu v prostoru a jejich vlivu na prostředí.

Geografie sportu je jedním z mnoha směrů humánní geografie, protože sportování je společenský konstrukt a v ústředí jejího zájmu je zaměření na hledání společensko- prostorových charakteristik a podmíněností. Podstatným faktem je skutečnost, že sport má mnoho implikací, ovlivňuje různé sféry života a může být analyzován z různých hledisek relevantních pro geografii, potažmo i jiné vědní obory.

2.2 Sport a geografie

Cílem této podkapitoly je přiblížit sport z vybraných perspektiv. Snaží se nalézt principy, podle kterých se sport „chová“ v prostředí. (Subjektivní) bádání ve sportu skýtá řadu problémů znesnadňujících jeho porozumění.

Sport má mnoho podob, není jednoduché ho definovat. Ty mají mnoho významů a rolí. Celý systém sportu se mění v prostoru (jak v horizontální, tak ve vertikální rovině) a v čase. Vnímání systému sportu a jeho časoprostorových kontextů lze nazírat z různých úhlů pohledu ve vztahu k povaze bádání. Na sport v geografii lze nazírat z různých perspektiv. Vyšetřovat lze charakteristiky demografické, přírodní, společensko-ekonomické, společensko-kulturní, technologické, nebo institucionální.

Tato podkapitola je organizována chronologicky. Na začátku diskutuje téma sport a snaží se uvést jeho znaky a nastínit prostředí sportu a prostředí sportu blízké. Zachyceny jsou vazby sportu k vybraným vědním disciplínám. Nejprve je sport analyzován z pohledu geografie. Poté jsou přiblíženy některé vazby na jiné obory a jejich příklady na různých měřítkových úrovních.

Podkapitola postupně diskutuje sportovní návštěvnost. Ta je charakteristikou sportu, například jeho role a popularity, s určitou vypovídající schopností. Uvedeny jsou vědecké práce zabývající se sportovní návštěvností z různých perspektiv. Tyto práce jsou podrobeny rozboru, dány do kontextu této akademické práce a na závěr kapitoly Obecná východiska jsou v návaznosti na ně a na vytyčené cíle výzkumu formulovány výzkumné otázky, na které se výzkum snaží odpovědět ve své empirické části.

Orientaci v podkapitole usnadňují schémata, která přehledně, graficky ilustrují strukturu diskutovaných témat a osvětlují optiku výzkumníka při řešení práce. Oddíl akcentuje geografický rozměr při diskutování sportu z různých perspektiv. Jeho cílem je odpovědět na otázky, na které složky prostředí má sport vliv, jakým způsobem sport prostředí a prostředí sport ovlivňuje a jak se systém mění v čase a prostoru.

Sport podle Gregory a kol. (2009) vznikl po vydělení volného času lidí. Někteří naopak sport vnímají jako potřebu, která si pro svoje vykonávání volný čas vyžadovala (Bale, 2003). V současné době je možnost věnovat se volnočasovým aktivitám v obecné rovině jednodušší než kdykoliv předtím. Může za to například zvýšení příjmů (Stenbacka, 2017), šíření povědomí o využití volného času (zahrnující reklamu), zlepšení a zrychlení dopravy, možnost pracovní dovolené, relativně levnější cestování, prodloužení

důchodového věku či technologie šetřící čas (Hlaváč, 2011). Situace je ale z prostorového hlediska proměnlivá. Například mezi státy OECD (Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj) jsou to Norové, kteří mají volného času nejvíce – čtvrtinu dne, na opačném pólu žebříčku stojí Mexičané – šestina dne (oecd.org, 2009).

Trávení volného času má mnoho podob. Stejně tak je tomu s jeho přínosem pro jednotlivce i společnost. Jednou z podob trávení volného času je sportování, ať už aktivní, kdy je účastník sám sportovcem či pasivní, kdy je účastník v roli diváka (Slepičková a Slepíčka, 2012).

Moderní sport je dnes globálním fenoménem (Smart, 2007). Jeho vymezení není jednoduché a jednoznačné (Tomeš, 2012). Pilíře sportu, které se často vyskytují v jeho definicích, jsou jeho institucionalizace (Guttman, 1978), charakter pohybové činnosti (Evropská charta sportu, 1992) a charakter soutěže (Dovalil, 2008). Strachová a Grexa (2003) vidí jako klíčový aspekt sportu soutěživost a vysvětlují tak jeho popularitu v současné společnosti.

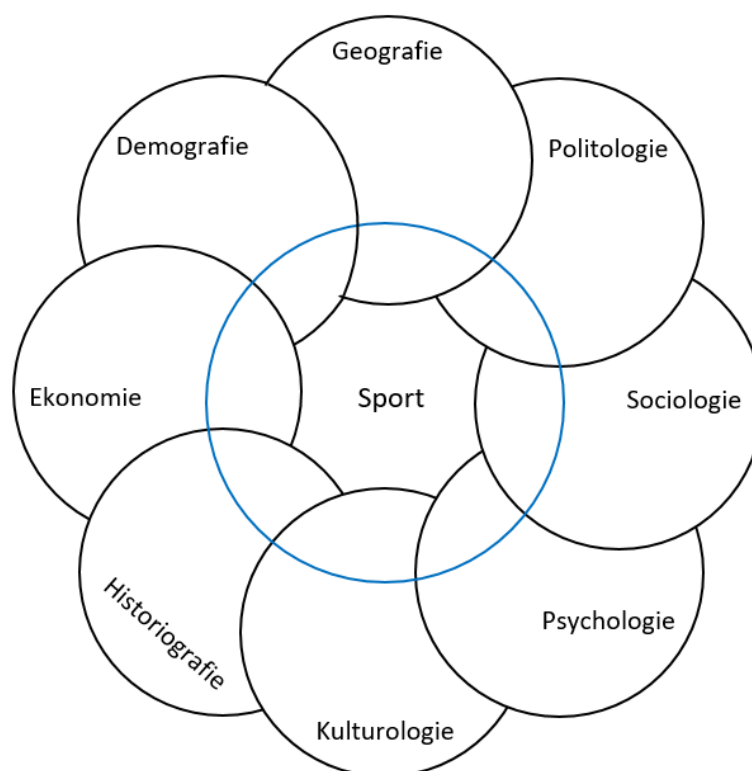
Sport lze dělit dle různých kritérií. Běžným je například rozdělení sportu na profesionální a amatérský (volnočasový), (Eurostat, 2015; Mičuda, 2016). Více pozornosti v odborných pracích se věnuje sportu profesionálnímu (Špaček, 2011). Dále lze sport dělit na sport aktivní a pasivní (Slepičková a Slepíčka, 2012). Aktivně sportuje jedinec, když se podrobuje fyzické činnosti v rámci sportovního výkonu, pasivně poté, když sport sleduje jako divák. Sportem jsou však ovlivněni jedinci obou těchto skupin (Bale, 1981).

Sport lze strukturovat i do jednotlivých sportovních disciplín – sportů. Ty je možné rozřadit do skupin – například podle jejich sezonnosti (letní, zimní a celoroční sporty), podle jejich pozice ve společnosti (na olympijské a neolympijské sporty, na tradiční a nové sporty, na populární a neobvyklé sporty), podle pohlaví sportovců na mužské, ženské a smíšené sporty, podle počtu hráčů pak na kolektivní a individuální. Charakteristiky sportu jsou závislé na prostoru a čase. Například hokej je sport provozovaný na profesionální i amatérské úrovni, účastní se ho aktivní i pasivní sportovci (diváci). Dříve byly mnohé sporty determinovány přírodním prostředím a sportovní sezony byly závislé na sezonnosti počasí. Dnes je sport v některých oblastech celoročním sportem a díky technologickému pokroku a bohatství společnosti se může uskutečňovat i v nepříznivých přírodních podmínkách. Je olympijským sportem (od roku 1920). Jeho pozice a popularita se mění v prostoru. V některých zemích, například v Kanadě patří

k nejoblíbenějším sportům. Nizozemci by zase pod označením hokej pravděpodobně hledali hokej pozemní (hra lednímu hokeji příbuzná). V Peru by o hokeji pravděpodobně vůbec ani nevěděli. Odlišné podoby sportu mají jiné nároky a vliv na prostředí (Bale, 2003). Sport lze hodnotit z mnoha různých pohledů, nebo se snažit o jejich syntézu – agregátní pohled (Bale, 2003).

Sport totiž ovlivňuje prostředí komplexně (Gaffney a Marguire, 2013) a jeho fungování lze zkoumat v mnoha oborech i v různých geografických měřítkových úrovních (Bale, 2003). Někteří autoři se zaměřují na jeho charakteristiky geografické, jiní ekonomické, kulturní, sociologické a medicínské (Bale, 2003) a jiní sport vnímají ještě širěji. James a Ross (2004) identifikují sportovní témata v geografii, ekonomii, sociologii, historiografii, psychologii, medicíně a životním prostředí. Vhodná zjištění o sportu a pro sport ale mohou přinést i výzkumy demografů a politologů. Každý ze sportovních projevů ovlivňuje prostředí jiným způsobem. Působení sportu na prostředí se také mění v prostoru a čase. Pozice sportu, jako objektu zájmu v systému vědních oborů abstraktně vyjadřuje schéma.

Schéma 2: Pozice sportu v systému bádání



Zdroj: Vlastní zpracování.

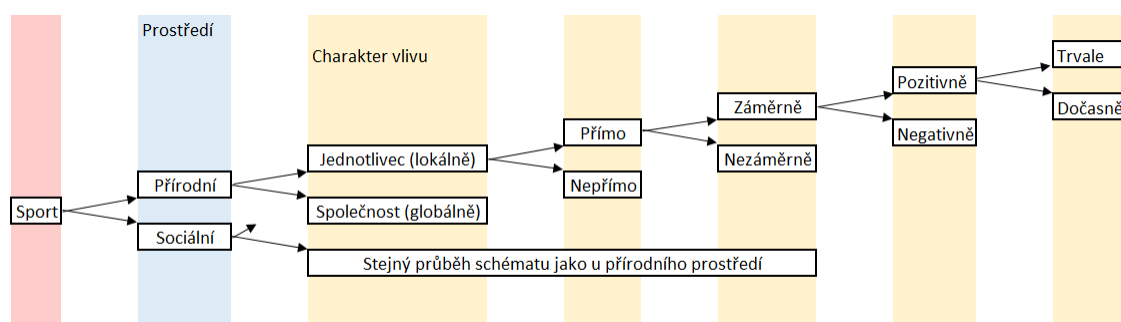
Poznámka: V centru schématu je zasazen sport jako vysvětlovaný pojem. V jeho okolí jsou jednotlivé vybrané kategorie vědeckého bádání. Jednotlivé vědní obory se podílejí na pochopení sportu a jsou ve vzájemné interakci.

Toto abstraktní schéma naznačuje složitost studia sportu. Sport je totiž ovlivněn mnoha aspekty. Práce bude postupně představovat vybrané sportovní souvislosti s prostředím. Největší pozornost bude věnována vztahu mezi sportem a geografii.

Sport bezesporu ovlivňuje prostředí různě. Má vliv na přírodní i na sociální prostředí. Stejně tak je různě prostředím ovlivňován. Některé z oborů se zabývají jeho vlivem na přírodní prostředí, jiné zase věnují svou pozornost sociálnímu prostředí. Charakter příčin a důsledků sportu lze hodnotit z rozdílných perspektiv. Sport ovlivňuje jednotlivce a také společnost jako celek. Některé důsledky se projevují na lokální úrovni, jiné na vyšších měřítkových úrovních, až ke globálnímu dopadu na sport (Higham a Hinch, 2006). Sport ovlivňuje prostředí a prostředí ovlivňuje sport přímo i nepřímo. Například ekonomická situace některých lidí jim neumožňuje sportovat. Nemají dostatek prostředků na sportovní vybavení, vstupné a podobně (přímý vliv), nebo jsou v důsledku své špatné ekonomické situace nuceni trávit více času v zaměstnání a na sport jim nezbyvá čas (nepřímý vliv), (Tomeš, 2012). V prostředí sportu je „chování“

aktérů může být záměrné i nezáměrné. Například stavba golfového hřiště, která záměrně změnila krajinný ráz území, ale také nezáměrně může navýšit cenu okolních pozemků (Bale, 2003). Sport ovlivňuje prostředí kladně i záporně (Bale, 2003). V některých tématech se zdůrazňují především klady – v medicíně je sport vnímán jako aktivita podporující zdraví jedince (Ec.europa.eu, 2015), jinde zápory – v oblasti psychopatogenních jevů jako kriminalita (Bale, 2003). Sport mění prostředí buďto dočasně (sportovní akce) či trvale (stavba hřiště), (Bale, 2003). Všechny uvedené příklady lze najít v prostředí jednotlivých oborů. Tento přístup rozdělení sportu je ale zjednodušující. Často leží někde mezi těmito pomyslnými způsoby, nebo se souvislosti mění s odkazem na měřítkovou úroveň, časovém horizontu a interpretace.

Schéma 3: Vliv sportu a aktérů v prostředí sportu na prostředí



Zdroj: Vlastní zpracování.

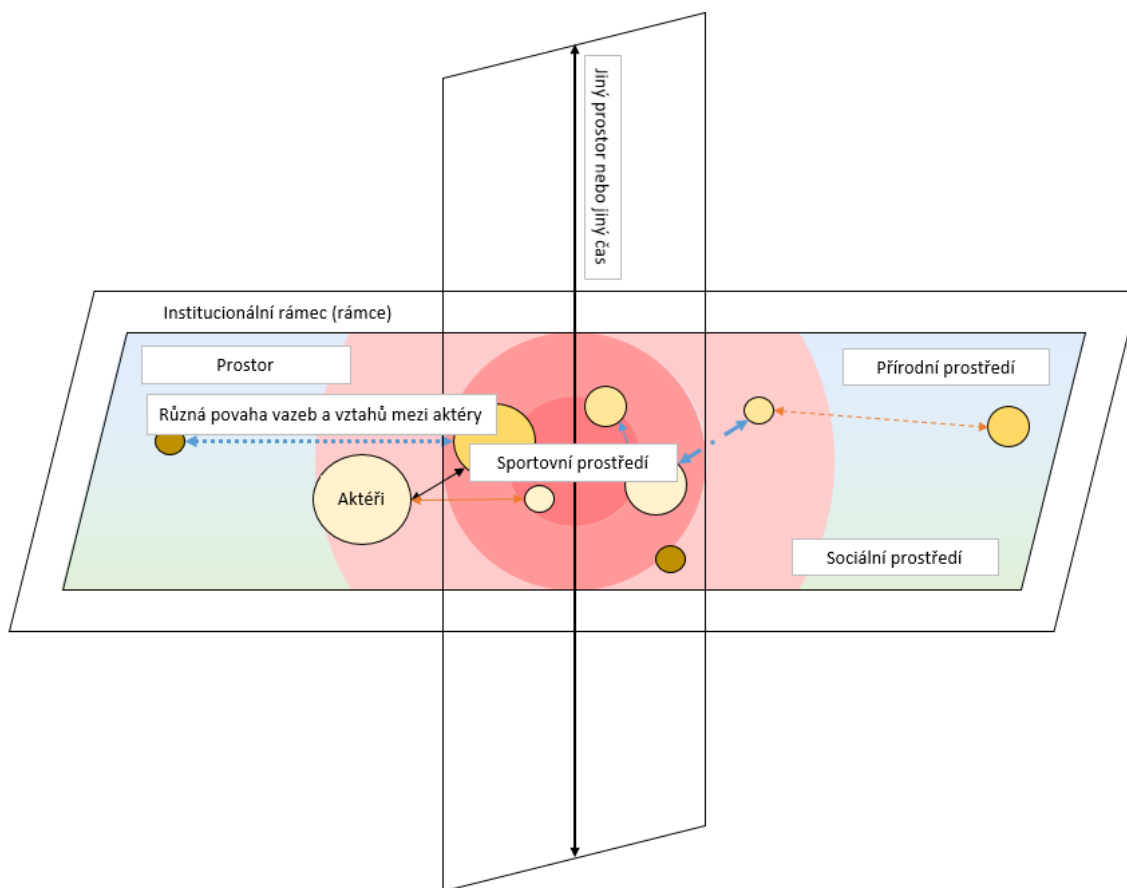
Poznámka: Schéma představuje možné varianty dělení vlivu sportu, nebo jeho jednotlivých složek, na prostředí.

Práce se nyní bude věnovat zkoumání sportu v geografii a vybraných vědních oborech, přičemž bude akcentovat geografické rozměry témat. Tento obecnější vstup je úvodem do problematiky, a napomáhá při porozumění analýzy následující ve druhé části práce.

2.2.1 Sport a geografická perspektiva

Tématem tohoto oddílu je vyšetření sportu z pohledu geografie. Geografický rozměr bude akcentován i v následujícím oddíle věnovanému vztahu sportu a jiných oborů, tato část je ale geografii věnovaná kompletně. Sportovní prostředí je vnímáno jako velmi široký pojem zahrnující hmotné i nehmotné složky sportování. Oddíl se snaží zaměřit na vybrané pojmy a uvést je na konkrétních příkladech. Snaží se dokumentovat širší výzkumných témat sportu v geografii.

Schéma 4: Zasazení sportovního prostředí a jeho složek v prostoru



Zdroj: Vlastní zpracování.

Poznámka: Sportovní prostředí je diskutováno, jak v rámci přírodního, tak sociálního prostředí. Přírodní i sociální prostředí spoluutváří a je jimi ovlivněno. V tomto prostoru jsou rozeznatelní jednotliví aktéři. Mohou být různého charakteru a významu. Mají také jiné prostorové projevy (Bale, 2003). Někteří jsou sportovnímu prostředí vzdáleni, jiní jsou sportovnímu prostředí blízko a někteří aktéři jsou ze sportovního prostředí (Bale, 2003). Aktéři vytváří síť vztahů. Vazby mezi nimi jsou různého typu, směru a intenzity. Celý prostor je ovlivněn (limitován, spoluutvářen) institucionálním rámcem (institucionálními rámci), který nastavuje pravidla a hodnoty (Bale, 2003; Brandes, Franck a Theiler, 2013). Institucionální prostředí se skládá z institucí formálních a neformálních. Mají své charakteristiky, sport ovlivňují jinak. Mezi formální instituce by se daly zařadit sportovní týmy, sportovní soutěže či politická pravidla ovlivňující aktéry v prostředí. Mezi neformální instituce lze zařadit zvyky, tradice, úroveň angažovanosti, důvěry a podobně (Gregory a kol., 2009). Systém, naznačený v abstraktním modelu (v horizontální rovině) je proměnlivý v prostoru (Higham a Hinch, 2006) a v čase.

Jak již bylo zmíněno, sport je geografický fenomén (Bale, 2003). Dokonce i pravidla sportu mají svůj geografický aspekt. Sporty mají často stanoveny rozměry hřiště, zóny se speciálním významem pro sportovní akci a další pravidla upravující pohyb hráčů po hřišti (Bale, 2003). Sport prostředí využívá i utváří. Využívá místa sportovně tradiční, nebo

naopak nová, neokoukaná. Příkladem tradičních sportovních míst mohou být vrcholy konkrétních francouzských hor, které jsou často využívány při cyklistickém závodu Tour de France. Tyto vytvořené symboly zvyšují celkovou atraktivitu závodu. S hledáním nových destinací zase pracují organizátoři mezinárodních soutěží – mění umístění soutěží tak, aby podnítili sportovní poptávku, sport přiblížili novým trhům a nefavorizovali pouze jeden stát (Bale, 2003). Existují výzkumy dokládající i vliv úspěšnosti sportovce na vzdálenosti od jeho domácího prostředí (Peel a Thomas, 1992; Suominen, 2009). Další studie zase poukazují na to, že role prostředí sportovní události (rozdělení na domácí sportovní akce probíhající na sportovištích v regionu a na venkovní sportovní akce, které se konají mimo region) je větší na jihu Evropy, než na severu a výsledky vysvětluje jinou fanouškovskou kulturou (Bale, 2003).

Fundamentálním prvkem sportu je soutěživost. Ve většině sportů soutěží ale sportovci, nebo týmy mezi sebou, ne s přírodou, a tak společnost přírodní prostředí pro potřeby sportu mění (Wagner, 1981). Tyto změny jsou buď dočasné, nebo trvalé (Bale, 2003).

Sport se organizuje v prostoru. Jeho organizace je tvořena v různých měřítcích. Na lokální, regionální, národní a globální úrovni (Higham a Hinch, 2006; Ilies a kol., 2014). Rozdílné měřítkové úrovně mají své charakteristické projevy. Jsou patrné třeba na podobě organizace sportu, nebo systému sportovních lig a soutěží. Dokonce i sportovní pravidla se mění na různé měřítkové úrovni organizace. Mění se často i jejich pozice, nebo třeba způsob jejich záznamu (Bale, 2003).

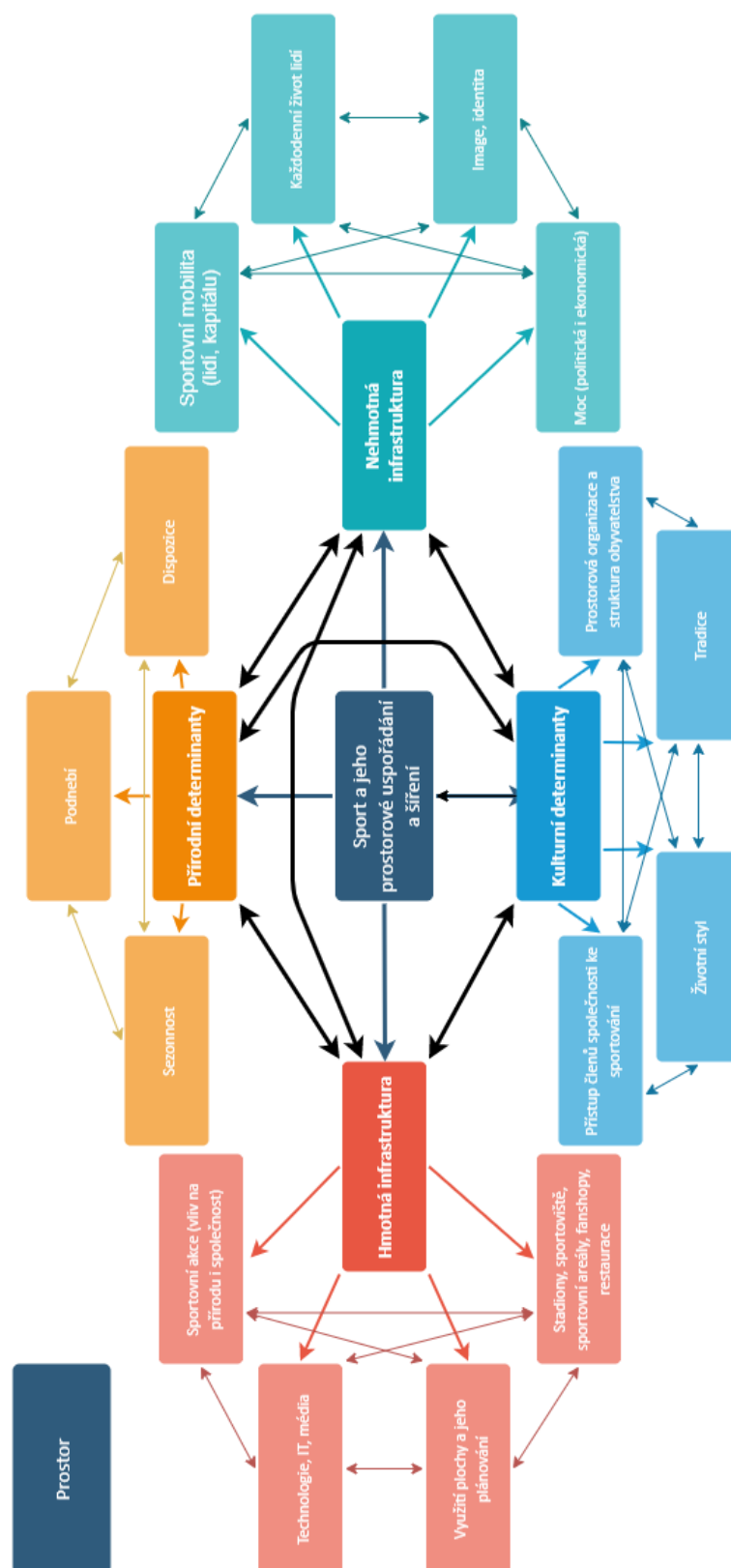
Velká pozornost v geografii je věnovaná původu sportovců. Prostředí je v takovém případě vnímáno jako determinant sportovního výkonu (Bale a Dejonghe, 2008). Charakter prostředí, z něhož sportovec pochází, bezesporu z části ovlivňuje jeho výkon. Entine (2012) vyčíslil vliv původu sportovce až na pětinu jeho výkonu. Lidé negroidní rasy mají například jinou stavbu svalové hmoty, která je zvýhodňuje při sportovních disciplínách zaměřených na výbušnou sílu. Stejná biologická dispozice je ale limituje při plavání (Tomeš, 2012). Nadmořská výška, ve které jedinec žije, má zase vliv na podíl červených krvinek v jeho krvi. Ty pomáhají okysličit krev a (mimo jiné) zlepšují sportovní výkonnost (Grasgruber a Cacek, 2008).

I lokalizační faktory ovlivňují sportovní výkon (Bale, 2003). Fotbalový světový šampionát probíhající v roce 2014 v Brazílii, někdy i na stadionech v oblastech blízko amazonského pralesa znesnadňoval sportovní výkon fotbalistům kvůli enormní vlhkosti

vzduchu (sport.aktualne.cz, 2014).

Geografie se zabývá prostorovým uspořádáním, prostorovým šířením sportu, sportem a migrací, sportovní úspěšností regionu, územním plánováním či regionalizací sportu (Bale, 2003). Sport se v prostoru koncentruje do center (Hlaváč, 2011). Samotná centra pak disponují prostředky k přilákání sportu. Centra jsou na nižší úrovni města, na vyšší úrovni pak státy. Sportovní centra jsou místy, kde se alokují velké týmy. Týmy lokalizované v centrech mají stabilnější pozici než týmy v prostoru nižšího významu (Bale, 2003). Sport pomáhá svou koncentrací ke kumulaci ekonomické a politické moci jádrových regionů a prohlubuje prostorové rozdíly ve společnosti. Z perspektivy postkolonialistických přístupů v geografii se sport spolupodílí na kumulaci moci prostředků a moci na úkol bývalých kolonií. Organizaci sportu v prostoru lze řešit i v jiných souvislostech, například s dopravními komplikacemi vyvolanými sportovními akcemi (Bale, 2003).

Schéma 5: Sport v prostoru a souvislosti jeho prostorové charakteristiky a rozšíření



Zdroj: Vlastní zpracování.

Poznámka: V jiné rovině by se „chování“ sportu dalo vysvětlit v souvislosti na charakteru hmotné, nebo nehmotné infrastruktury. Kategorie jsou ve vzájemných vazbách a hranice mezi nimi není striktní. Podoba sportu se proměňuje v čase, prostoru a podle pozice výzkumníka.

Mezi přírodní determinanty „chování“ sportu v prostoru by se dala zařadit krajina, sezonnost, nebo třeba podnebí (Lahvička, 2010). Mezi kulturní determinanty patří zase například životní styl obyvatel, tradice, pozice sportu ve společnosti (přístup členů společnosti ke sportování) a prostorová organizace a struktura obyvatelstva.

Typickým příkladem hmotné infrastruktury s efektem na sport může být technologická úroveň oblasti, infrastruktura sportovišť a síť služeb ke sportu přidružených. K nehmotné infrastruktuře by se zase dala přiřadit místní identita, mobilita v rámci sportovního prostředí, nebo třeba moc. Sporty se šíří nejčastěji do oblastí geograficky blízkých. Jejich prostorová difuze byla tím silnější a rychlejší, čím byl vztah regionu, sport přijímající blíží k regionu, pro sport původním. Příklad můžeme nalézt na podobných preferencích Angličanů a Američanů, ale i kulturně vzdálenějších Indů, nebo Novozélandců. Sport obecně také limitují přírodní podmínky. V čase se jejich role obecně snižuje, a to hlavně zásluhou technologického pokroku (Bale, 2003).

Geografie je obor, který odpovídá na otázku, kde sport vznikl, jak se šířil. Mezi sporty s původem v Británii lze zařadit fotbal, ragby, tenis, kriket, ping pong, nebo kulečnick. Z ragby a kriketu se v Severní Americe stal americký fotbal a baseball. Dalšími sporty, které vznikly v Severní Americe, jsou indiánský lakros, volejbal a basketbal. Z asijského kontinentu pochází badminton (is.muni.cz, 2020). Z Brazílie se rozšířila taneční akrobacie capoeira a Kanada je kolébkou hokeje (Tomeš, 2012). Celosvětově nejrozšířenějším sportem je fotbal (Hlaváč, 2011; Tomeš, 2012).

Podle FIFA (2001), mezinárodní fotbalové federace, je na světě 250 milionů fotbalistů. Fotbal je co do počtu registrovaných hráčů nejúspěšnějším sportem i v Česku (Tomeš, 2012), kdy má podle České unie sportu (2016) přes 360 tisíc členů. Důvodů lze najít několik. Fotbal není náročný na prostředí a síť hřišť je velmi hustá. Není náročný ani ekonomicky (Hlaváč, 2011; Tomeš, 2012). Není tedy mnoho bariér vstupu do jeho struktur. Jeho celosvětová popularita přivádí k fotbalu stále nové a nové hráče. Jiná je situace například v ledním hokeji. Ten klade velké nároky na přírodní prostředí. Jeho ekonomická náročnost na vytvoření sportovišť a jejich údržbu i vysoké ekonomické výlohy spojené se zajištěním sportovního vybavení znesnadňuje jeho šíření v prostoru (Tomeš, 2012). „Chování“ ledního hokeje v prostoru se ale proměňuje. Procesy, které změnu sportu předznamenávají, jsou globalizace, rozvoj technologií a kapitalismus. Lední hokej se z tzv. green sportu, sportu, který je sezónní a závislý na přírodních podmínkách, změnil v celoroční aktivitu (Higham a Hinch, 2006). Od roku 1960 do

současnosti (2021) vzrostl počet členů mezinárodní hokejové federace z 30 na 81 (iihf.com, 2021). Zimní stadion lze dokonce najít v dubajském nákupním centru (dubaiicerink.com, 2021). Celosvětově lední hokej registruje 1,6 milionů hráčů, nejvíce z nich je v Kanadě a Finsku (Tomeš, 2012). V Česku hokej zaznamenává vyšší návštěvnost než fotbal (finance.cz, 2019).

Jiná je organizace sportu v Severní Americe, jiná v Evropě (Brandes, Franck a Theiler, 2013; Arzhilovskyi a Priyatel, 2012). Regiony se stejnými charakteristikami mají jiné sportovní zapojení. Viditelné rozdíly se objevují v úrovni sportovní participace (Gelná, 2012). I na úrovni států v rámci Evropy jsou velké rozdíly. V některých z nich sportovní účast přesahuje 70 % populace, jinde nedosahuje ani 10 % (Tomeš, 2012).

Dalším tématem je územní plánování. I přes náročné vyjádření a vyhodnocení benefitů sportu je dnes obecně přijímáno, že sportovní infrastruktura zvyšuje kvalitu života a podněcuje společnost. Sportovní akce mohou stimulovat rozvoj regionu. V roce 1992 byly olympijské hry v Barceloně. Této sportovní události využilo město za pomoci odborníků k velmi zdařilé transformaci. Po vzoru Barcelony se snažila využít velkých sportovních akcí i další města (Gaffney a Maguire, 2013), a to s různými výsledky.

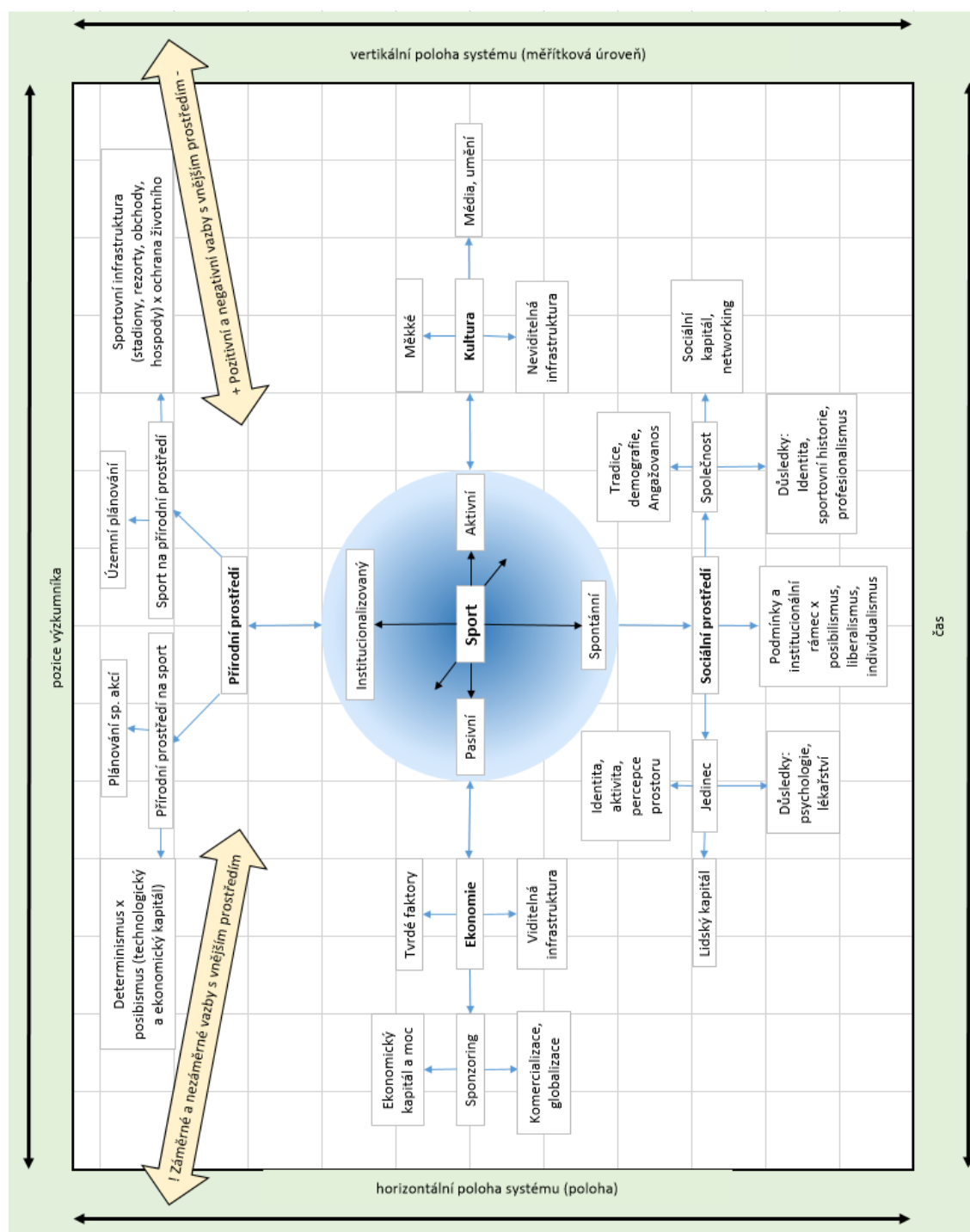
Velmi běžným prvkem moderního sportu je jeho prostorová mobilita, jež nezahrnuje pouze migraci profesionálních sportovců. Zápasy anglického fotbalového klubu Manchester United jsou atraktivní pro fanoušky i za hranicemi Velké Británie, a proto na jeho zápasy ze zahraničí dojíždí průměrně několik tisíc (4–6 tisíc) fanoušků (Higham a Hinch, 2006). Mobilita ve sportu se ale netýká jen lidí. I sportovní týmy se přesouvají s vidinou zlepšení své situace. Úroveň jejich mobility je proměnlivá v prostoru a podle měřítkové úrovně – vyšší je u týmů ze Severní Ameriky, nižší pak u evropských týmů (Bale, 1981). Sportovní kluby se stěhují v rámci měst do suburbálních oblastí, nebo do jiných měst (Bale, 2003). Vlivem globalizace, relativně nízkých dopravních nákladů a mezinárodního trhu jsou procesy často organizovány na nadnárodní úrovni.

Tématem geografie je i regionalizace sportovního prostoru, tvoření sportovních regionů. Ty jsou prostorem s vnitřní integritou. Vymezení sportovních regionů a jejich hodnocení je složité (Lahvička, 2010). Sportovní regiony se neshodují s těmi administrativními (Heřmanová a Chromý, 2009) – k vymezení sportovního regionu lze přistupovat různými prostředky – na základě návštěvnosti domácích zápasů týmu, preference sportovního klubu, podle vzdálenosti od domácího hřiště měřeno různými

metodami či jinak (Madalozzo a Berber Villar, 2009; Bale, 2003; Brandes, Franck a Theiler, 2013). Někdy se ve výzkumech pracuje pouze s centrem regionu (často město), někdy i s jeho zázemím (Lahvička, 2010). Sportovní regiony mají svou hierarchii, a tvoří v prostoru síť, jež je výsledkem historické podoby a snah o optimalizaci užítku (Bale, 2003). Systém sportu z pozice geografie (geografii) je shrnut v schématu pod textem.

Schéma zachyceny jsou vybrané podoby sportu a jejich napojení na prostředí. Znázorněny jsou i vybrané typy vazeb na vnější prostředí a v rámečku schéma uvádí, jací činitelé podobu systému mění. Prvky jsou odděleny pro snazší orientaci v tématu. V realitě jsou hranice mezi nimi nejasné, bez pevné hranice. Souvislosti jsou v realitě různého typu, směru a síly.

Schéma 6: Podoby sportu a jejich napojení na prostředí



Zdroj: Vlastní zpracování.

Poznámky: Schéma zachyceny jsou vybrané podoby sportu a jejich napojení na prostředí. Znárodně jsou i vybrané typy vazeb na vnější prostředí a v rámečku schéma uvádí, jací činitelé podobu systému mění. Prvky jsou odděleny pro snazší orientaci v tématu. V realitě jsou hranice mezi nimi nejasné, bez pevné hranice. Souvislosti jsou v realitě různého typu, směru a síly.

2.2.2 Sport z pohledu vybraných perspektiv

Sport je fenomén, který ovlivňuje prostředí, které může být nazíráno perspektivou mnoha oborů. Tento oddíl se snaží představit tyto různé rozměry sportu, které mohou být v rámci těchto oborů řešeny, a text doplňuje o geografické souvislosti. Jako první se oddíl soustředí na vývoj sportu.

Ať už sport vznikl s vydělením volného času (Gregory a kol., 2009), nebo před tím jako revolta k povinnosti (Bale, 2003), je něčím, co společnost zkonstruovala velmi intuitivně v dávné historii. Sport se v průběhu dějin měnil. Měnily se jeho role, jeho organizace a další charakteristiky (Gregory a kol., 2009). Tyto změny reflektují změny společenské a byly umožněny podmínkami ležícími mimo sport. Prostor sportu se měnilo kontinuálně. Lze ale identifikovat společenské hybné síly, které vývoj sportu akcelerovaly či naopak zpomalovaly. Sportovní prostředí je v prostoru velmi heterogenní (Bale, 2003). Jeho současná podoba není finálním výsledkem vývoje, sport se stále proměňuje (Higham a Hinch, 2006).

V důsledku malého množství a omezené podoby důkazů dochovaných z období pravěku lze o podobě sportu v tomto období jen usuzovat. Hranice mezi sportem a jinými aktivitami byla ale pravděpodobně velmi malá (Harari, 2011). Kmenová organizace, technologické prostředky a způsob života lidí neumožňovaly implementovat některé, pro moderní sport signifikantní, charakteristiky. Tehdejší společnost a sport byly velmi determinovány přírodním prostředím, charakter sportoviště nebyl striktně definován, stejně tak jako sportovní pravidla (Schulkin, 2016). Motivací ke sportování mohlo být budování identity, rozvinutí pohybových dovedností či radost z pohybu. Sportovní soutěže byly organizovány na lokální úrovni a jejich podoby a role se v prostoru velmi lišily. Lze se domnívat, že nedocházelo ani ke specializaci sportovních aktivit (Lombardo, 2012).

Rozvoj sportu je však zaznamenaný u některých starověkých civilizací. Samotné slovo sport je odvozeno z latinského *disportare* (bavit se, rozptylovat), které se začalo používat ve starověkém Římě (Slepičková a Slepička, 2012). Za kolébku sportu je označováno starověké Řecko. Zejména v některých městských státech se kladl důraz na osobní rozvoj mužských členů společnosti vedoucí k jejímu celkovému rozvoji. Sport byl vnímán jako jeden z prostředků, jak se rozvíjet. Ve starověkém Řecku vznikla i myšlenka olympijských her (Tomeš, 2012), sportovní akce, která svým významem převýšila do té doby identifikované rozměry sportu (Miller, 2006). Umožnila díky svému územnímu

dosahu sjednotit lidi, kteří pocházeli z různých míst (Hlaváč, 2011) a garantovala mír mezi účastníky po dobu trvání olympijského turnaje. Začala se budovat sportovní infrastruktura. Olympijští sportovci se utkávali na velkých stadionech, kde je sledovalo mnoho diváků. Sportovci se systematicky zdokonalovali tréninkem a sportování začalo být cestou k dosažení společenské prestiže i ekonomického profitu.

Období Středověku v Evropě znamenalo zpomalení vývoje sportu. Společnost byla poznamenána jak ekonomickým (feudálním) zřízením, tak i předepsanými hodnotami (církví vykládající křesťanskou nauku). Ani jedna z těchto institucí nepodněcovala lidi k hedonistickým aktivitám uspokojujícím jednotlivce, tedy ani ke sportování. Sportování bylo vnímáno jako něco nepotřebného či dokonce činnost odvádějící lidi od poslušnosti a duchovních principů, případně bylo vyhrazeno pouze privilegovaným vrstvám společnosti (Carroll, 1996). Absence podpory sportu ze strany státu neumožňovala jeho organizaci na vyšší úrovni. V období pozdního středověku byl sport financován pouze ne příliš zasítovanými soukromými podnikateli (Bale, 2003). V tomto období lze identifikovat první vlnu komercializace sportu. Na sport se začalo vybírat vstupné a začalo se na něj sázet (Baker, 1983).

Změny ve společnosti vyvolané kolonizací, industrializací, demografickou revolucí a dalšími procesy přinesly i transformaci sportu. Tyto změny byly tak rozsáhlé, že se o sportu v jeho pozměněném charakteru mluví jako o sportu moderním, respektive sportu moderní doby (Slepičková a Slepička, 2012). Kolonializace umožnila globální šíření sportu (Tomeš, 2012), standardizaci pravidel a organizování mezinárodních sportovních akcí (Smart, 2007). Industrializace nejprve sportu nepřála. Lidé měli méně volného času a nebylo též mnoho možností, kde sportovat, poté ale rozvoj sportu akceleroval (Bale, 2003). Demografická revoluce přinesla společenský důraz na osobní rozvoj. Sport se stále více institucionalizoval. Příkladem mohou být již zmíněné formování mezinárodních pravidel či vznik prvních sportovních klubů – Jockey Club (1730) a Golf Club (1754), (Bale, 2003).

Za kolébku moderního sportu se považuje Británie. Ta byla v tomto období světovým politickým i ekonomickým hegemonem. Na začátku 19. století se rozprostírala na více než třiatřiceti milionech kilometrech čtverečních, tedy přibližně čtvrtině rozlohy zemské souše. Celkový počet jejích obyvatel se odhaduje na půl miliardy (*poznámka: čtvrtina z celkového počtu obyvatel světa té doby*). Oblasti, která se alespoň na určitou dobu dostala pod vliv impéria, jsou Severní Amerika (v té době především její

východní část osídlena Evropany), Austrálie s Novým Zélandem a některými ostrovy Oceánie, Indie ve svých historických hranicích s územím dnešního Pákistánu a Bangladéše, část Arabského poloostrova a několik států východní Afriky či třeba oblasti dnešní Jihoafrické republiky a Nigérie (bbc.co.uk, 2021). Síla britského vlivu a jeho povaha byla v různých oblastech odlišná. Různá byla i adaptace místních obyvatel na britskou kulturu – zvyky, jazyk, právní systém, vzdělání, nebo i přijímání britských sportů – kriket, ragby, fotbal. Sportovní aktivity s sebou přinášeli vojáci a úředníci, zdravotníci a politici, učitelé, ale i trestanci, a tak se po celém světě rozšířily sporty různých společenských vrstev (*poznámka: sportovní příslušnost ke konkrétnímu sportu vyjadřovala, často velmi výrazně, společenské postavení člověka*). Hry podobné těm britským ale místní obyvatelstvo, tam, kde to přírodní podmínky dovolovaly, často již znalo (Tomeš, 2012). Například fotbal se v různých podobách hrál po celém světě, i když s odlišnými pravidly, míči, počtem hráčů, délkou utkání i celkovou kulturou sportu. Politicko-ekonomický vliv Británie té doby vedl ke společnému pojmenování hry, přechodu na jednotná pravidla a poskytl možnost organizovat sport, stejně jako třeba ekonomiku, na mezinárodní úrovni (Slepičková a Slepička, 2012; Tomeš, 2012). Přijímané standardy byly původem britské či se zformovali v důsledku britského vlivu, a tak se dnes mluví o fotbale, tenise, kriketu, ragby, ping pongu, nebo kulečnicku jako o sportech Britských, na čemž je viditelný eurocentrický pohled. Popsaný proces může být nahlížen jako proces šíření inovací v prostoru. Inovací je v tomto případě sport samotný. Postavení Británie v ovládaných územích pak vysvětluje jednotlivé charakteristiky osvojování sportu v územích (způsob a rychlost osvojení, postavení a významy sportu a podobně), (Bale, 2003). Kultura moderního sportu se silně integrovala do společnosti v Severní Americe, která po Británii převzala ve 20. století roli oblasti, která nejvíce určuje vývoj sportu (Bale, 2003).

Ve 20. století se ve sportu začaly prosazovat nové prvky. Sport a sportovci začali být sponzorováni. Vznikla skupina profesionálů nesportovců (například hráčských agentů) ve sportovním prostředí (Smart, 2007) a změnila se i podoba stadionů v reakci na katastrofu na stadionu Hillsborough, při které se na zápase anglického fotbalového poháru zhroutila tribuna, a sportovnímu vandalismu (Bale, 2003, Gaffney a Maguire, 2013). V druhé polovině 20. století se začalo stupňovat napětí mezi profesionálním a amatérským sportem. Povoláním účasti profesionálních atletů na olympijských hrách se zrychlil rozvoj a prohlubování sportovního profesionalismu (Bale, 2003; Špaček, 2011;

Slepičková a Slepička, 2012). Význam olympijských her byl vysoký [*poznámka: dnes ho lze částečně doložit jejich dosahem někde okolo hranice tří miliard televizních diváků (Slepičková a Slepička, 2012)*]. Umocnila se komercializace sportu. K vítězství ve sportu přibyla další hnací síla přeměny sportu – snaha o dosažení ekonomického profitu (Arzhilovskiy a Priyatel, 2012). Prostředí sportu se stalo ještě složitějším s globálním rozšířením kapitalismu, rozvojem médií a narůstajícím konzumerismem společnosti (Smart, 2007; Gaffney a Maguire, 2013, Kůsová, Špačková a Pospíšilová, 2017). Rychlost šíření informací a vývoje ve sportovním prostředí jsou umocňovány i dynamickým technologickým pokrokem (Gelná a Fialová, 2011).

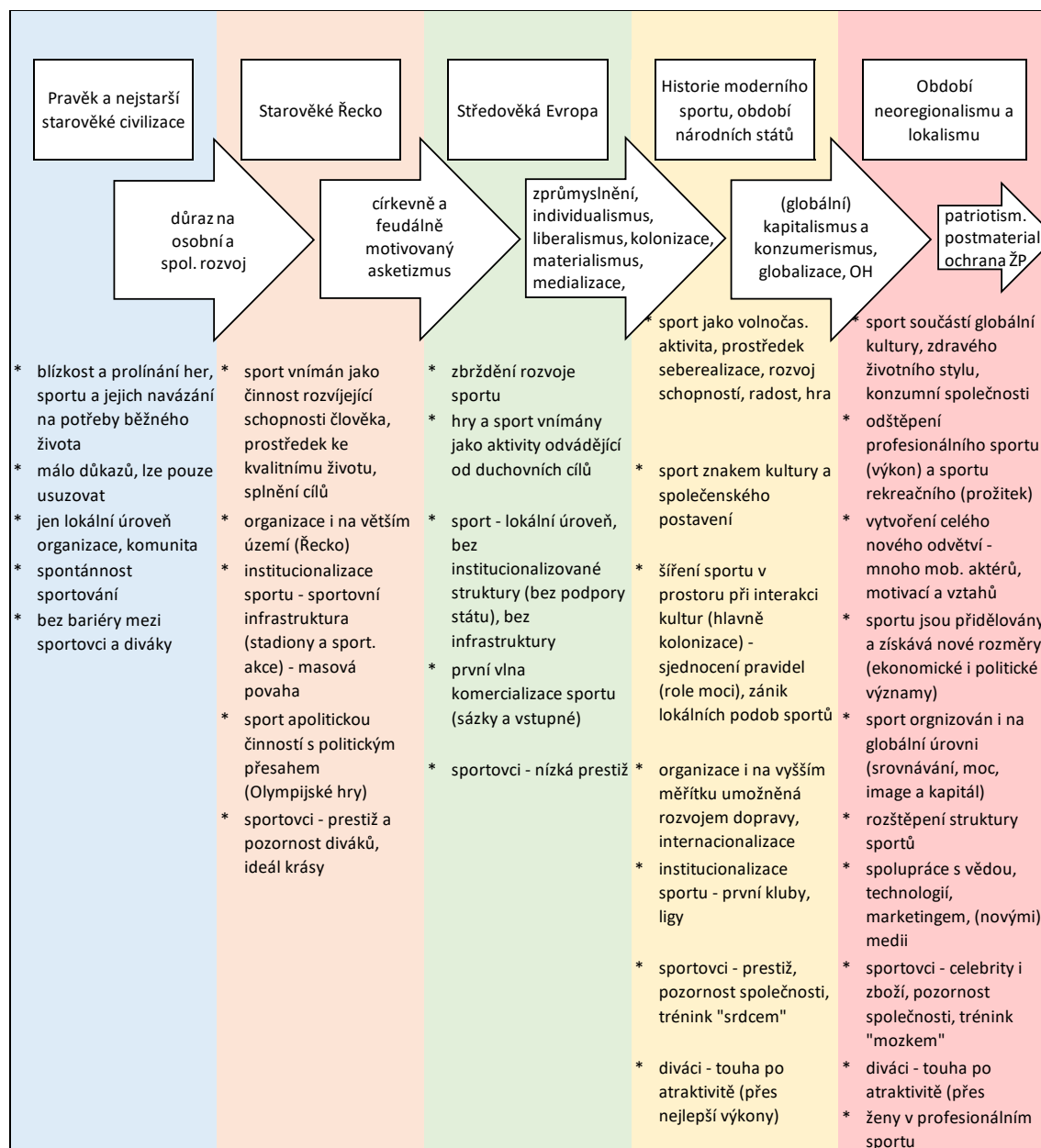
Současný sport je těžké popsat. Jeho struktura je roztržštěná, složitá a proměnlivá (Bale, 2003). Existuje množství sportů, mnoho motivací, různých způsobů organizace atd. Ačkoliv se jeho charakteristika liší v prostoru (Bale, 2003), je mu globálně věnovaná pozornost (Smart, 2007). V důsledku globalizace sport již není primárně individuální aktivitou (Bale, 2003). Globalizace sportovního prostředí je rozpoznatelná ve všech možných měřítkových úrovních (Bale, 2003). Informace o sportu jsou globálně dostupné, a to i zásluhou nových médií, jako je internet (Bale, 2003), produkce sportovního zboží je organizována celosvětově, síť sportovních aktérů není uzamknuta v jednotlivých regionech a sport a sportovci vykazují vyšší míru mobility v prostoru (Bale, 2003). Se sport je společnost konfrontována nejen na stadionech, chrámech konzumerismu, ale i v médiích, obchodech či restauracích (Smart, 2007; Slepičková a Slepička, 2012). Je součástí zábavního průmyslu a nedává důraz jen na sportovní výkon ale na atraktivitu sportovního zážitku, sportovní show (Zhang a kol., 2001; Smart, 2007). Moderní sport má dokonce svou vlastní infrastrukturu (Bale, 2003).

Sportovní „chování“ je v současnosti velmi racionalizované (Bale, 2003). Racionální rozhodování lze vysledovat u sportovců, podnikatelů i organizací sportu v prostoru. Mění se i role sportu. Dnes je sport založen na dovednostech (Bale, 2003). Má podobné hodnoty jako kapitalismus, přičemž i sportovci se stávají předmětem obchodu (Bale, 2003; Strachová a Grexa, 2003). Moderní sport klade důraz na výkon, zlepšování, vítězství. Důraz na jedinečnost, úspěšnost a novotu vede ke sportovní exkluzivitě. Na druhé straně se sport snaží oslovit co nejširší spektrum lidí, což vytváří a zároveň umocňuje vnitřní konflikt v systému moderního sportu (Špaček, 2011).

Zatím je jen otázkou, zda v souvislosti s prosazováním hodnot postmateriální společnosti, zohledňováním environmentálních zátěží, které se sportem souvisí, případně

vlivem aktuálních problémů společnosti spojených s pandemickou situací dojde ke změnám v prostředí sportu, nebo k návratu k současné podobě sportu. Současném (Gelná a Fialová, 2011) a důrazu na ochranu životního prostředí.

Schéma 7: Vývoj sportu, hybné síly změn sportu, změny jeho organizace, významů, pozice a vztahů s prostředím



Zdroj: Vlastní zpracování.

Poznámka: Schéma se snaží zachytit vývoj sportu od pravěku až k jeho možné budoucí podobě. Vývoj je členěn do pěti částí. V každé z nich jsou diskutovány prostorové projevy sportu, jeho role, pozice ve společnosti a také souvislosti na proměny společnosti.

Další souvislosti sportu lze najít v oblasti kultury. Někdy je sport vnímán jako znak kultury (Bale, 2003). Tato práce vnímá sport jako znak na pomezí kultury a jiných oblastí života společnosti. Sport je ovlivněn kulturním prostředím (vnější perspektiva) a specifickou kulturu také spoluutváří (vnitřní perspektiva).

Sport sloužil a stále slouží jako prostředek šíření kultury za hranice regionu (Bale, 2003). Moderní sport je dnes globálním kulturním fenoménem (Smart, 2007; Holenda, 2012), součástí globální kultury (Bale, 2003). Je kosmopolitní jako málokterý ze znaků fungování společnosti, nabývá různých podob (Smart, 2007). Ty souvisí třeba se sociokulturní charakteristikou prostředí (Heřmanová a Chromý, 2009), ale i biologickými dispozicemi obyvatelstva regionu (Entine, 2012). Mění se také v souvislosti se sportovní charakteristikou – popularitu sportu, sportovní tradici, nebo třeba postavení jiných sportů (Crawford a Gosling, 2016; Lahvička, 2010). Dokonce navenek stejné sporty a jejich stejná organizace mají v jiných místech jiné role a významy (Crawford a Gosling, 2016), jiné je postavení fotbalu v Severní, jiné v Jižní Americe. Jiná je organizace lig v Severní Americe, Evropě a podobně (Brandes, Franck a Theiler, 2013; Arzhilovskiy a Priyatel, 2012).

Vymezit a porozumět sportovním regionům není jednoduchý úkol (Bale, 2003). Často totiž nejsou totožné s regiony administrativními (Heřmanová a Chromý, 2009). Jejich vymezení je otázkou zaměření výzkumu a jeho metodice. V centru sportovních regionů jsou nejčastěji sportoviště, stadiony. Ty jsou někdy samy o sobě považovány za kulturní památku oplývající specifickým *geniem loci* – duchem místa (Gregory a kol., 2009) a vyvolávají v lidech pozitivní emoce v důsledku silných zážitků – *topofilie* (Pocock, Relph a Tuan, 1994). Na některých stadionech jsou dokonce muzea (Bale, 2003). Například fotbalový stadion FC Barcelony ročně navštíví okolo 2 milionu lidí (Fcbarcelona.com, 2017) a lze ho považovat za oficiální dědictví i paměťovou instituci. Stadiony ovlivňují dění uvnitř stadionu i život v jejich okolí (Gaffney a Maguire, 2013). Jsou symbolem kulturní krajiny a životní úrovně společnosti (Ilies a kol., 2014). Jsou místem kulturního vyžití lidí v konkrétních územích i mimo ně. Sportovní události se nezřítka stávají kulturními akcemi, při nichž se odehrávají rituály posilující (reprodukcující) tradice (Bale, 2003). V současnosti se obecně přijímá paradigma, že sportovně vyvolaná identita a sportovní kultura pomáhají i ekonomickému rozvoji (Heřmanová a Chromý, 2009), což pozornost věnovanou kulturní stránce sportování a kultuře sportu ještě více umocňuje.

Sport obecně vytváří (spoluvytváří) svou specifickou kulturu. Je to často kultura kladoucí důraz na lidský rozvoj, na budování společenských vazeb, zlepšování pohybových dovedností, prevenci zajišťující kvalitnější život a posilující zdravotní stav jedince. Je to kultura vzájemného soupeření i respektu. Stejně tak se ale ve sportovním prostředí dá identifikovat kultura soustřeďující svou pozornost na výkon, neúměrnou specializaci, individualismus, rasismus, nezdravé konkurenci, konfliktů či vandalismus (Bale, 1981; Stenbacka, 2017). Opět záleží na konkrétní povaze sportu a perspektivě, zájmu, výzkumníka.

Pro ilustraci, respektive s ohledem na zaměření druhé části, bude ještě uvedeno specifické prostředí jednoho sportu – ledního hokeje (Zhang a kol., 1996). Jeho kultura se mění v čase a prostoru (Crawford a Gosling, 2016). Obecně je však hokejová kultura spojována s agresivitou (Zhang a kol., 1996; Matthews a Channon, 2016). V rámci hry je dokonce násilí vnímáno jako součást hry (Matthews a Channon, 2016). Na pomezí kultury a sociologie je lidská identita, neboli, vztah sounáležitosti, přičemž podstatou všech identit je vymezování se v dic otomii my – ostatní. Sportovní identita, někdy vnímaná jako fundamentální podstata sportu (Crawford a Gosling, 2016; Gaffney a Maguire, 2013), a její charakteristiky budou diskutovány při rozboru vztahu sportu a sociologie.

Jednou z nejdůležitějších charakteristik moderního sportu je soutěživost (Strachová a Grexa, 2003). Ta je rozpoznatelná ve sportu v různých úrovních – soutěž mezi jednotlivými sportovci, ale i soutěž mezi ideologiemi, státy, kontinenty, nebo sporty. Také v průběhu dějin lze identifikovat zrcadlení (nejen) politických konfliktů ve sportovním prostředí, kde byl znatelný konflikt sportů vyšší a nižší společenské třídy o „dobyť“ sportovního světa, konflikt amatérských a profesionálních sportovců, nebo třeba soutěžení Sovětského svazu se USA v období studené války (Slepičková a Slepička, 2012). Všechny tyto konflikty o moc, postavení či slávu jsou hnací silou sportu na všech úrovních.

Výzkum sportu v psychologii lze dělit podle zkoumané části z fenoménu. Jiné psychologické podoby má sport ve své aktivní formě (pro sportovce), jiné pro pasivní uživatele (pro diváky). Jiné psychologické konsekvence má sport motivovaný touhou po radosti, jiné sportování pro upevnění zdravotního stavu a jiné sportování na profesionální úrovni, při němž jsou sportovci vystaveni obrovskému stresu. Relativně výjimečné je také vyšetření psychologických motivací k tomu, proč někteří lidé nesportují a necítí k tomu

potřebu (Douvis, 2014; Ec.europa.eu, 2015) Psychologie se zabývá jednotlivci, a tak je také potřeba reflektovat každého člověka a jeho psychologické charakteristiky (Arzhilovskiy a Priyatel, 2012).

V textu již bylo poznamenáno, že sport je ceremonie (Hlaváč, 2011). Přináší hluboké prožitky jak pro sportovce, tak pro diváky (Vermeulen a Vermelel, 2009). Oběma těmito skupinám nabízí sport posílení pocitu příslušnosti ke komunitě, pocit sounáležitosti (Smith, 2009). Sport zvyšuje produkci adrenalinu a endorfinů, látek pozitivně ovlivňujících lidskou psychiku (Bale, 2003), sport sportovcům zajišťuje morální i tělesný rozvoj, učí je disciplíně a respektu. Rozvíjí komunikaci a organizovanost. Upevňuje sebekontrolu, sport je učí vyhrávat a přijímat porážky, zvyšuje sebevědomí (Bale, 2003; Slepíčková a Slepíčka, 2012; Eu.europa.cz, 2015).

Divákům zprostředkovává potěšení a pobavení i psychické újmy. Nabízí únik z rutiny a stimulující prostředí. Je možností pro navázání společenských vazeb a zlepšení kvality života (Bale, 2003; Smith, 2009). Sportovci a diváci ale nejsou homogenními skupinami. Identifikovatelné jsou různé motivace a pocity (Arzhilovskiy a Priyatel, 2012) – i různé sporty lákají jiné individuality. Například podle výzkumu Hansena, Gauthiera a Theitera (1989) z prostředí Severní Ameriky jsou nejvíce heterogenní skupinou, co se týče motivací k návštěvě sportu, fanoušci baseballu. Rozdíly lze doložit například i na odlišných preferencích fanoušků ve vztahu k výsledkům týmu. Zatímco většina diváků preferuje návštěvu týmů úspěšných a posílení svého společenského statutu (tzv. corfing), (Murrell a Dietz, 1992; Bernache-Assollant, Lacassagne a Braddock, 2016), jiní raději sympatizují s outsidersy (Campbell, Aiken a Kent, 2004).

Negativními projevy sportu s psychologickým rozměrem mohou být případy nekontrolovatelného gamblingu (vsázení na sportovní události), (Smith, 2009), problémů vyvolaných nadměrným hlukem produkovaným při sportovních akcích (Bale, 2003), fyzických konfliktů, sportu jako platformy pro šíření rasismu, vandalismus, zvýšení hladiny stresu, doping ve sportu, korupce ve sportu či třeba snížení ekonomické produkce v souvislosti s nadměrným zájmem o sportovní akce (Bale, 2003, Stenbacka, 2017). Podle výzkumu Evropské unie (Eu.europa.eu, 2015) jsou nejdůležitějšími důvody, proč lidé v zemích Evropské unie nesportují, nedostatek volného času či jejich nezájem o sport (psychologický rozměr). To dokládá, jak velkou roli hraje psychologie pro pochopení sportu.

Sociologie je dalším oborem, pro nějž je sport tématem. Někteří autoři sociologii identifikují jako obor, ve kterém se sportovní témata objevují nejčastěji (Tomášek, 2012). Naprosto stěžejní pro sport z pohledu sociologie je jeho schopnost spojovat lidi (Zhang a kol., 2001; Bale, 2003; Heřmanová a Chromý, 2009), a to i osoby z jiných kultur, ras, sociálních skupin a náboženství (Zhang a kol., 2001; Bale, 2003; Slepíčka a kol., 2010). Sport vytváří vlastní komunitu lidí (Heere a kol., 2011), integruje společnost (Špaček, 2011). Podle Balea (2003) je sport ve společnosti nejběžnější médiem identifikace.

Sport podněcuje společenský život. Například přivádí lidi na stadiony, ale třeba i do hospod (Bale, 2003), je na pozadí mnoha sociálních interakcí a prohlubuje je (Suominen, 2009; Peters, 2011). Podněcuje hrdost, spolupráci a důvěru v území (Heřmanová a Chromý, 2009). Ať už přímo či nepřímo, zvyšuje společenskou aktivitu lidí v regionu (Tomeš, 2012). Potřeba lidí patřit do (úspěšné) sociální skupiny je přirozená (Bale, 2003; Silveira, Cardoso a Quevedo-Silva, 2019) a právě sport je pro tuto potřebu prostředkem. Je zdrojem identity (Heřmanová a Chromý, 2009; Lahvička, 2010) a jejím nositelem jsou například sportovní symboly (názvy klubů, jejich vlajky, sportovní hymny), nebo samotní hráči (Kůsová, Špačková a Pospíšilová, 2017). Ti jsou často vnímáni jako sociální vzory (Zhang a kol., 2001). Dnes je obecně přijímané paradigma, že identita, vztah sounáležitosti, pomáhá ekonomickému rozvoji (Heřmanová a Chromý, 2009). Proto se někteří politici, podnikatelé a další aktéři snaží podporovat sport různými prostředky a využít ho ve svém marketingu, při budování své image (Bale, 2003). Sportovní identita a sportovní komunita může přinést ale i negativní důsledky. Se sportem je často zmiňováno násilí fanoušků (nejčastěji fotbalových, tzv. hooligans) nebo vandalismus (Bale, 2003).

Sport v sociologii lze chápat v různých měřítkových úrovních. Příkladem může být mezinárodní utkání sportovního týmu, který je sice ze stejného státu jako fanoušek sportu, ale není jeho oblíbeným. V takovém případě pak dochází ke konfliktu identity státní a klubového patriotismu (Hlaváč, 2011).

Jak bylo výše uvedeno, sport má svůj vztah a je tématem i v politice (utváření vztahů a dohod aktérů na různých měřítkových úrovních). Příkladem globálních aktérů jsou třeba sportovní mezinárodní federace, Mezinárodní olympijský výbor, nebo značky sportovního zboží. (Národní pak národní sportovní svazy a ligy, lokálními aktéry mohou být amatérské sportovní týmy skládající se z lokálních hráčů a sportovních funkcionářů).

Sport byl prostředkem politiky i v minulosti (Špaček, 2011). Už od starověku znamenal úspěch ve sportu prestiž pro sportovce, potažmo pro celé území. V novodobé historii si Adolf Hitler během berlínských olympijských her propůjčil sport k demonstraci svrchovatosti árijské rasy a během studené války byl sport prostorem, kde se utkávaly protikladné ideologie. Sport ale také pomohl v Jihoafrické republice v boji s apartheidem (Bale, 2003). V Československu zase v období komunistického režimu politický systém státu, jeho centralizace a sportovní propaganda ovlivňovaly sportovní prostředí po dobu několika desetiletí (Špaček, 2011). Politický rozměr sportu mohou demonstrovat případy i z dalších území, měřítkových úrovní i jiných perspektiv.

Prvním příkladem je organizace severoamerické hokejové ligy NHL. Ta je řízena z větší části z USA a její rozhodnutí týmy z USA často zvýhodňují na úkor týmů kanadských (Bale, 2003).

Dalším příkladem je nedostatečná mocenská síla území vedoucí k neschopnosti šířit či dokonce udržet sporty tradiční, sporty, které třeba i v oblasti vznikly. Některé regiony jsou totiž neúspěšné ve sportech provozovaných na mezinárodní či globální úrovni, ale preferují jiné aktivity, ať už sportovní či sportovně-kulturní. Významnou roli v tomto směru hraje pozornost mediální. Ta nejvýznamnější globální média často komunikují v anglickém jazyce a vznikají v politicko-ekonomicky silných státech. Jsou prostředkem kumulace moci a bariéry poznání.

Třetím politicky podmíněným příkladem je možnost založení sportovní federace (svazu), která je podmínkou pro soutěžení sportovního reprezentačního týmu s ostatními. Pokud daný stát nebo území, nejsou jednoznačně uznány ostatními, je jejich případné zařazení do mezinárodního herního systému vždy posuzováno individuálně. Příkladem jsou sportovci z Palestiny či Kosova. Palestínští sportovci někdy bojkotují ty soutěže, ve kterých participuje tým Izraelců a opačně. Fotbalová utkání Kosova a Srbska jsou zase často doprovázeny konflikty a výtržnictvím (dw.com, 2019).

Další ukázkou politického rozměru ve sportu lze nalézt u národního týmu Tchaj-wanu. Ten bude po výsledcích státního referenda z roku 2018 nadále soutěžit pod názvem Čínská Tchaj-pej (Regan, 2018).

Disfunkční státní systém Somálska neposkytuje dostačující podmínky pro rozvoj sportu, a proto mnoho sportovců prchá do zahraničí. Přes svůj původ nyní soutěží za jiné státy. Příkladem je britský běžec se somálskými kořeny Mo Farah, který má čtyři zlaté medaile z olympijských her (britannica.com, 2020). Somálsko posílá na každé

olympijské hry jen dva atleti, kterým umožňuje porovnat své dovednosti se světovou elitou (topendsports.com, 2020).

Autoritativní režim Severní Koreje nerespektující lidská práva uplatňuje sankce, které i přes snahu Mezinárodního olympijského výboru o udělení výjimky neumožňují do země dopravit sportovní vybavení pro vrcholové sportovce (insidethegames.biz, 2018).

Veřejně známý je případ ruských sportovců. V důsledku odhalení státem podporovaného dopingového programu byl povolen start ruských atletů na dvou po sobě jdoucích olympijských hrách jen v případě, že reprezentanti nemají dopingovou minulost. Nepovolený doping je obecně jednou z negativních stránek sportu (Hlaváč, 2011). Ruští atleti pak vystupovali pod názvem olympijští sportovci z Ruska pod neutrální vlajkou a hymnou olympijských her.

Příkladem problematického vztahu mezi politikou a sportem je sportování muslimských žen. Ty, jež striktně dodržující muslimská pravidla, nesportují. Sport vnímají jako činnost pro ženy nevhodnou. Ženy, které mají jiný postoj a sportují, jsou v arabských státech často terčem ponižování a šikany (Maesam- T- Abdulrazak, Omar- Fauzee a Rozita, 2010).

Benefity, které sport přináší politice, jsou politice známe a podpora sportu je někdy i zákony nařízena (Bale, 2003). Sportovní akce mohou pomoci podle Levermora a Beacoma (2009) při rozvoji území. Sport je podporován na místní, regionální, národní i mezinárodní úrovni. Sport je podporován například i Evropskou unií, mezinárodní institucí. Ta vydává dokument nesoucí název Eu Work Plan for Sport. V něm se snaží podpořit sport a jeho implementaci do státní politiky (Ec.europa.eu, 2015). Politici jsou dokonce v některých případech pod tlakem, aby pomohli sportu v území. Tento tlak je vyvíjený jak ze strany sportovních aktérů (často týmů), tak i místních obyvatel, kteří brání „svůj“ tým, svou identitu (Lahvička, 2010). Tohoto postavení sport někdy i zneužívá. Politici soupeří o to, kdo přiláká sportovní kluby na své území. Motivací politiků je vylepšení image osobního či politického subjektu, touha po prestiži, posílení vnitřní soudržnosti obyvatel a zvýšení pozornosti věnované regionu (Gaffney a Maguire, 2013).

Samotná podpora sportu ze strany politiků však nezřídka postrádá koncepci. Je běžně výsledkem sociálních vazeb mezi politiky a sportovními aktéry, lobbingu. Peníze a jiná podpora často končí u největších a nejbohatších sportovních celků, které jsou

„nejhlasitější“ (Špaček, 2011). Příkladem mohou být sportovní stadiony. Ty jsou často vlastněny městem (Lahvička, 2010). Podle Harveyho (2000) je ale financování stadionu z veřejných peněz špatnou investicí, ke které často došlo právě pod tlakem či vidinou osobního prospěchu politiků. Nejde ale jen o stadiony. Státní správa a samospráva jsou často sportovními aktéry (třeba jako sponzoři), (Bale, 2003). Sportovní úspěchy regionů souvisejí jak s investicemi do sportu (Tomeš, 2012), tak i strukturou sportů, která zvýhodňuje politicky silnější regiony (Andreff, 2001).

Moderní sport je také třeba chápat jako jeden z mnoha prostředků kumulace kapitálu a systému prohlubujícího rozdíly mezi jádrovými a periferními oblastmi (Bale, 2003), systému zakotveném v postkolonialismu (Bale, 2003; Gregory a kol., 2009), zdrojem pobavení „bílých mužů“ (Dworkin a Messner, 2002).

Pozornost často věnuje sportu i ekonomie. Pro pochopení vztahu sportu a financí je poptávka. V ekonomii dokonce existuje subdisciplína sportovní ekonomie (Oxfordhandbooks.com, 2021). Ta využívá ekonomickou terminologii a aplikuje ekonomické principy k objasnění fungování sportu z pohledu ekonomie (Peters, 2011). V důsledku specifik sportu je někdy výsledkem takových snah neporozumění sportu či chybná interpretace závěrů. Příkladem může být sportovní návštěvnost. Ta je jednou z mála sfér ekonomie, ve které nedochází ve většině případů k elasticitě poptávky, reakci na změnu ceny produktu (vstupenky na sportovní událost). Někdy je tomu dokonce naopak (Suominen, 2009; Lahvička, 2010). Dále lze vysledovat často zvýšenou sportovní návštěvnost v regionech s nižšími příjmy či vyšší nezaměstnaností (Madalozzo a Berber Villar, 2009). Pro pochopení takovýchto situací čistě ekonomický přístup pracující s racionalitou spotřebitele (v tomto případě diváka) nestačí, ale je nutná i znalost konkrétního prostředí.

Každý segment sportovního prostředí má jiné ekonomické charakteristiky. Vztah sportu a ekonomie závisí na prostoru a dalších charakteristikách. Nejčastěji se uvádí, že nejvíce finančních prostředků je ve sportu alokováno ve fotbale. Ten je také nejčastěji vysílaným sportem v televizi a sportem, kterému připadá celosvětově největší pozornost (Tomeš, 2012). Dalšími sporty s velkým finančním pokrytím jsou tenis, formule, nebo basket (Hlaváč, 2011). Nejdražšími sportovními kluby světa jsou podle časopisu Forbes (2020) Dallas Cowboys (americký fotbal), New York Yankees (baseball) a New York Knicks (basketbal).

Sport je z pohledu ekonomie velmi komplexním a složitým systémem, ve kterém je zapojeno velké množství různých aktérů s různou charakteristikou, velikostí a různou pozicí. Vztahy mezi těmito aktéry jsou od synergických až po výrazně konkurenční. Jedním z příkladů, při němž ekonomicky motivovaný konflikt aktérů vy eskaloval, a jejich neschopnost najít shodu ovlivnila daný sport, byla výluka v hokejové lize NHL. Zástupci hráčů a ligy se nedokázali shodnout na přerozdělení finančních prostředků a liga byla během sezony 2004/2005 přerušena (Deutscher a Schneemann, 2017).

Z pohledu ekonomie lze aktéry v prostředí sportu rozdělit na ty, kteří produkt (sport) vytváří či se na jeho produkci nějakým způsobem podílejí a na ty, kteří produkt spotřebovávají. „Spotřebovávat“ sport lze buď koupí sportovního zboží, nebo sportovní služby (Smith, 2009). Ekonomika ovlivňuje sport přímo (například nedostatkem prostředků ke koupi sportovního vybavení) i nepřímo (například nedostatek času v důsledku pracovního vytížení), (Bale, 2003; Lahvička, 2010; Tomeš, 2012). Sportu se v ekonomii běžně přiznává jeho multiplikační efekt. Ten se popsát příjmy a výdaje, jež byly sportem stimulovány. Při ekonomických analýzách dopadu sportu je někdy tento multiplikační efekt zanedbán, někdy zase přeceněn. Jeho vyčíslení je náročné a vždy se jedná pouze o odhad (Bale, 2003). Multiplikační efekt je ještě vysvětlen na kratičkém příkladu. Pokud například člověk na své cestě ze sportovního utkání navštíví restauraci, bude jeho výdaj a příjem této restaurace stimulován jeho předešlou návštěvou sportu. Tato sportovní akce je „injekcí“ pro ekonomické podniky v okolí (Bale, 2003).

Ať už se tyto finanční toky započítají či nezapočítají, role sportovního prostředí v ekonomii by určitě neměla být podceněna. Podle Tomeše (2012) tvoří sport 4 % HDP světa, jedná se o stamiliardové částky ročně (Tomeš, 2012). Tyto finanční prostředky lze rozdělit mezi produkci a spotřebu sportovního zboží. Jde o prostředky z reklamy, sloužící třeba ke zviditelnění a k budování image úspěchu firem (Hlaváč, 2011) – 17 %, 13 % představuje sportovní vstupné, 12 % finanční prostředky vygenerované prostřednictvím sportovního sázení a 9 % lze rozdělit do dalších, menších položek. V Česku se podle czso.cz (2021) vynakládá na sport a rekreaci celkem 20 miliard korun ročně. Samotných profesionálních sportovců jsou ale v Česku zhruba tři tisíce (czso.cz, 2017). Studie soustředěující se jen na profesionální sport tak hodnotí jen část sportovního fenoménu. Práce se ještě vrátí k ekonomickému vlivu sportoviště pro území. Jeho výstavba bude ekonomickou investicí, často dotovanou z veřejného rozpočtu. Jeho budování a existence nabídne pracovní příležitosti pro lidi, často z regionu, jeho umístění ovlivní cenu okolních

pozemků a bude prostředkem pro kumulaci ekonomické moci daného regionu (Bale, 2003).

Sport lze diskutovat i v demografii. Mezi demografické charakteristiky ovlivňující úroveň sportovní aktivity patří pohlaví, vzdělání obyvatelstva a bydliště (rozdíly mezi městským a venkovským obyvatelstvem). Zkoumat lze demografické znaky aktivních i pasivních sportovců. Ty se mění v prostoru (Bale, 2003; Gelná, 2012; ec.europa.eu, 2015). Často jsou důležité pro pochopení sportovní aktivity obyvatelstva (Hlaváč, 2011). Demografii sportovců, a to aktivních i pasivních, se věnuje Evropská unie ve svých šetřeních EU survey on Income and Living Conditions. Tato práce se nejprve bude věnovat demografii aktivních, poté pasivních sportovců.

Při studiu sportu v demografii pochází rozdílnost výsledků často v důsledku jiného vnímání sportu, potažmo sportování (definice sportovní aktivity, délky trvání sportovní činnosti a její pravidelnost), (Bale, 2003). Obecně lze pracovat se závěrem, že sportovně aktivnější je mladší věková skupina obyvatel. Uváděným důvodem je její dobrý zdravotní stav či motivace (Špaček, 2011). Důvodem ale také může být více volného času mladých lidí na sportovní aktivity (Kůsová, Špačková a Pospíšilová, 2017).

Existují velké rozdíly ve sportovním zapojení mezi obyvateli států Evropské unie (Ec.europa.eu, 2015). Nejvíce sportují obyvatelé skandinávských zemí, nejméně obyvatelé na Balkáně a ve východní Evropě. Jedná se tedy o severojižní či lépe severozápadní jihovýchodní gradient (Tomeš, 2012). Zatímco v zemích Skandinávie alespoň někdy sportuje 70–85 % lidí, v Řecku, Rumunsku a Bulharsku jsou hodnoty stejného ukazatele mezi 10–25 %. (Ec.europa.eu, 2015).

V Česku sportuje alespoň někdy 60 % lidí starších 26 let (Tomeš, 2012), alespoň jednou týdně je to 30 % lidí (Gelná, 2012). Nejméně sportovně aktivní jsou obyvatelé Slezka (Špaček, 2011). Dat za regionální úroveň sportování v Česku není mnoho (Gelná, 2012). Obecně sportují více muži, sportovně aktivnější jsou lidé s rostoucím dosaženým vzděláním a více sportují lidé ve městech (Špaček, 2011). V tomto ohledu je znatelná změna trendu související s klesajícím podílem spontánního sportování lidí, jak tvrdí Perič (Bejlková, 2019). Zatímco nejčastěji skloňovaným důvodem pro sportovní neúčast obyvatel na vesnici je nedostatečná sportovní infrastruktura, ve městech je to nezájem o sportovní aktivity (Špaček, 2011). Ve městech, kde se lidé věnují nějakému sportu se zvyšuje pravděpodobnost, že se budou věnovat i sportům jiným (Gelná, 2012).

I při pohledu na pasivní sportovce (diváky) lze vysledovat demografické vzorce. Hlavním z nich je fakt, že obecně více než u sportování aktivního lze sledovat rozdíly mezi pohlavími. Některé sporty, jako třeba lední hokej, jsou ve většině prostředí na tribunách výrazně maskulinní (Crawford a Gosling, 2016). Rozdíly jsou tak velké, že některé výzkumy pro zjednodušení pracují jen s mužskou populací (Hart, Hutton a Sharot, 1975). Podle výzkumu Lahvičky (2010) je průměrným divákem na českém hokeji muž ve věku mezi 40–50 lety. Podle výzkumu EU – SILC (2015) navštěvuje sport v Česku dvakrát více mužů než žen. Podle Crawford a Gosling (2016) se s pohlavím mění i motivace návštěvy sportovní akce. Ženy ji vnímají jako kulturní událost, muži se soustředí na sportovní výkon. Na úroveň pasivního sportování má vliv i věk a společensko-ekonomická situace diváka. Ve státech Evropské unie je, stejně jako při aktivním sportování, nejaktivnější obyvatelstvo Skandinávie a nejméně aktivní jsou Rumuni a Bulhaři (Ec.europa.eu, 2015).

2.3 Sportovní návštěvnost

Podkapitola diskutuje sportovní návštěvnost, jako možnost hodnocení sportu. Pro její pochopení je nutný víceoborový přístup. Sportovní návštěvnost se často používá pro hodnocení atraktivity sportu. V souvislosti s návštěvností lze diskutovat pozici sportu v daném prostoru a čase. Práce hledá podmínky, klady a zápory použití návštěvnosti. Dále se soustředí na návštěvnost sportovních akcí, seznamuje s relevantními pracemi. Jejich dosavadní poznatky diskutuje a hledá souvislosti a odlišnosti. Speciální pozornost je věnována odlišným přístupům a kategorizaci faktorů, které návštěvnost ovlivňují. Na závěr podkapitoly jsou zformulovány výzkumné otázky. Jejich řešení, argumentační a statistické, je předmětem druhé části této práce.

2.3.1 Sportovní návštěvnost jako možnost hodnocení sportu

Oddíl seznamuje s možnostmi hodnocení sportu (Brandes, Franck a Theiler, 2013). Lze hodnotit jeho pozici, roli a významy. Perspektiva, ze které bude na sport nazíráno zde, je zvolena podle charakteru výzkumu a pozice výzkumníka. Může být ovlivněna z vnitřního či z vnějšího prostředí. Vnitřním prostředím je myšlen například stanovený cíl výzkumu, nebo měřítková úroveň, na níž se výzkum pohybuje. Vnější podmíněnosti souvisí s praktickým sestavením výzkumu, například, jestli jsou dostupná data, nebo zda má

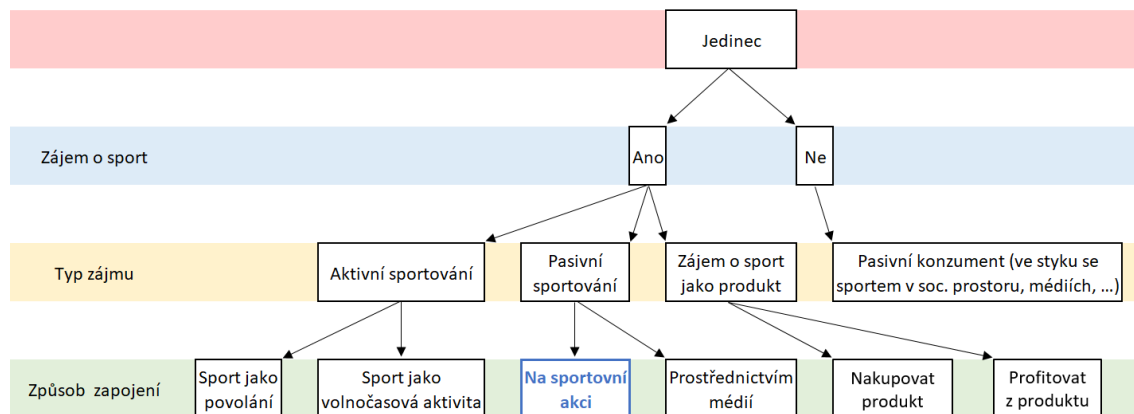
výzkumník dostatek času, prostředků či schopností potřebných pro výzkum. Každé zvolené hodnocení sportu přináší také určité úskalí. O některých z nich by se dalo hovořit jako o geografických, což jsou ty, jež souvisí s vymezením sportovního regionu, nebo s tím, v jakém prostředí problematiku diskutovat.

Brandes, Franck a Theiler (2013) ve svém výzkumu z prostředí německého fotbalu uvádějí, že pro hodnocení sportu je více možností (*poznámka: roli sportu v prostředí vyšetřují na počtu „permanentkářů“, fanoušků, kteří si koupili permanentní vstupenku na zápasy sportovního týmu, a podle ekonomického zisku generovaného prodejem sportovního, tzv. merchandisingu, zboží, které je navázané na sport*). Někteří autoři navrhuji sport hodnotit podle počtu diváků na sportovních akcích, investicích ve sportu a mediální pozornosti věnované sportu (Levermor a Beacom, 2009). Higham a Hinch (2006) doporučují sport hodnotit na základě sportovní návštěvnosti, prodeje sportovních produktů, ale i pomocí počtu členů sportovních uskupení. Stenbacka (2017) možnosti hodnocení sportu rozděluje podle sportovních aktérů – hodnocení sportu a jeho vlivu na sportovce, pozice sportu v reklamě a hodnocení sportovního sponzoringu. Bale (1989) se rozhodl hodnotit sport netradičně a zkoumal postavení hvězdných hráčů ve společnosti (*poznámka: termín hvězdný hráč popisuje hráče, na kterého je upřena zvýšená pozornost, ať už kvůli jeho sportovním výkonům aktuálním, dosaženým v minulosti či v důsledku jeho veřejného vystupování*). Jiná hodnocení zdůrazňují atraktivitu sportu, kterou lze hodnotit obdobně jako atraktivitu turistických atrakcí podle návštěvnosti (Higham a Hinch, 2006). Stejně jako turistické atrakce i sportovní atraktivitu lze analyzovat na různých měřítkových úrovních. Zvolení této úrovně umožňuje vyšetřit jiné procesy klíčové pro danou řádovostní úroveň, soustředí se na jiné aktéry a podobně. Některé výzkumy přináší užitečné informace pro sportovní ligy, jiné pro sportovní týmy – jiné aktéry (Mills a Fort, 2019). Výsledky ale závisí i na konkrétní povaze studovaného prostředí a dalších charakteristikách.

Tato akademická práce ve své analytické části vyšetřuje a diskutuje sportovní návštěvnost. Ta je ale, jak už bylo naznačeno výše, jen jedním z ukazatelů indikujících postavení sportu, jeho atraktivitu a „chování“ v prostředí (Bale, 2003; Arzhilovskiy a Priyatel, 2012).

Následující schéma přibližuje sport z pozice jedince, z perspektivy jeho preferencí, jak se zapojit v rámci sportovního prostředí.

Schéma 8: Zapojení jednotlivce ve sportovním prostředí podle jeho preferencí



Zdroj: Vlastní zpracování.

Poznámka: Schéma prochází přes stadia zájem o sport, typ zájmu a způsob zapojení. Jedinec, který nemá zájem o sport, je přesto se sportovním prostředím konfrontován (Smart, 2007). Jedinec, který o sport zájem projevuje, má možnost zapojit se buď jako aktivní sportovec, pasivní sportovec (Slepičková a Slepička, 2012) či se zajímat o sport jako produkt (Hlaváč, 2011). Pouze jedinci se zájmem o sport, kteří chtějí sport sledovat a rozhodnou se sportovní akci sledovat v místě jejího konání, jsou ti, kteří jsou postiženi při analyzování sportovní návštěvnosti. Ostatní, ať již se zájmem o sport či nikoliv, nejsou při diskuzi sportovní návštěvnosti aktéry, na které je (většinou) upřena pozornost. Výjimkou mohou být výzkumy, které se například zabývají částí populace, která se sportovní akci rozhodla nenavštívit a snaží se objasnit důvod (Douvis, 2014). Dokonce i diváci sportovních akcí se dále dělí podle jejich pozice v prostoru, preferované sportovní úrovně a sportu samotného. Příslušnost jedince v jedné skupině nevylučuje jeho začlenění v rámci ostatních (někdy dokonce další začlenění podněcuje).

Sportovní návštěvnost má svůj společenský a politický rozměr (Ec.europa.eu, 2015). Návštěvnost sportovních akcí je vyšší než návštěvnost akcí politických či společenských (Tomeš, 2012). Může přinášet benefity pro území (Kyselý, 2016) i jednotlivce (Donelly a kol., 2016). Sportovní návštěvnost je podle Lahvičky (2010) nejvhodnějším ukazatelem popularity sportu. Jde o měřitelný ukazatel vypovídající podle Madalozza a Berber Villara (2009) o sportu z mnoha pohledů, začala být ve vědě diskutována ve 40. letech 20. století (Silveira, Cardoso a Quevedo-Silva, 2019). Počet prací věnovaných sportovní návštěvnosti začal v 90. letech 20. století prudce narůstat s procesy profesionalizace a komercializace sportu (Madalozzo a Berber Villar, 2009). Sportovní návštěvnost lze zkoumat metodami kvantitativní i kvalitativní povahy. Běžně se především kvantitativní metody používají při analýze za delší časové období, jsou tedy

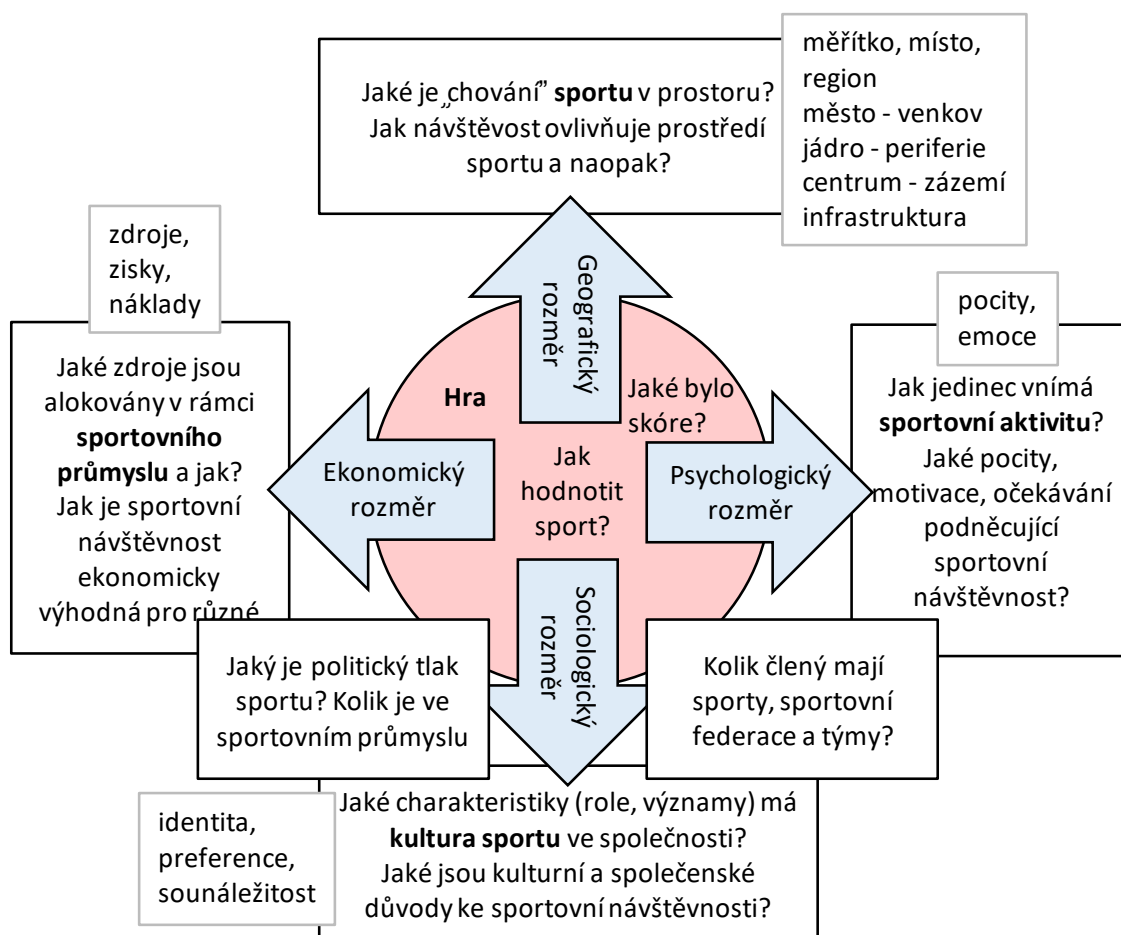
vhodné pro sledování dlouhodobých sportovních soutěží (lig). Naopak kvalitativní metody, snažící se problematiku pochopit hlouběji, se používají při analýze návštěvnosti jednotlivých týmů či vybraných fanoušků (Stenbacka, 2017).

Za profesionální sport (někdy i za sport amatérský) jsou často dostupná data o jeho návštěvnosti. Lze ji kodifikovat, vyjádřit číselně, což její studium zjednodušuje a je jedním z předpokladů k objektivitě výzkumu. Analýza návštěvnosti sportovních akcí ale také přináší řadu potencionálních problémů (Lahvička, 2010), které mají někdy stejnou příčinu jako klady tohoto hodnocení. Číselným vyjádřením se část této informace vytrácí. Nelze například identifikovat, zda se jedná o fanoušky domácího týmu či hostujícího, což komplikuje vysvětlení jejich motivace návštěvy sportu či pochopení sportovní mobility fanoušků. Diváci na sportovních akcích jsou heterogenní skupina (Lahvička, 2010; Douvis, 2014). Návštěvnost na sportovních akcích je často vyšetřovaná v prostředí profesionálních soutěží, amatérské soutěže, sportovní aktivity probíhající bez diváků, nebo jedinci bez zájmu o sport jsou v rámci analýzy sportovní návštěvnosti jako prostředku k pochopení pozice a atraktivity sportu ponecháni stranou.

V práci bylo uvedeno (viz. Pozice sportu v systému bádání), že sport lze nazírat z různých pozic, z různých oborů. Stejně tak je tomu i s jeho návštěvností. Sportovní návštěvnost je častým tématem sociologie (Arzhilovskiy a Priyatel, 2012). Sociologický pohled je podle Zhang a kol. (2001) nejbližší k pochopení sportovní návštěvnosti. Oproti tomu Boyd a Krehbiel (2006) a Silveira, Cardoso a Quevedo-Silva (2019) zdůrazňují ekonomickou povahu sportovní návštěvnosti. Podle Hlaváče (2011) má návštěvnost ekonomické a geografické hledisko, podle Douvise (2014), sociologické, demografické a psychologické. Tento výčet podporuje závěry o multidisciplinární podmíněnosti sportovní návštěvnosti uvedený na začátku podkapitoly (Zhang a kol., 2001; Arzhilovskiy a Priyatel, 2012; Samra a Wos, 2014).

V této akademické práci byly identifikovány různé rozměry. Pro další rozbor byly vybrány čtyři rozměry návštěvnosti, které jsou vnímány jako důležité a vzájemně provázané, a to geografický, ekonomický, psychologický a sociologický.

Schéma 9: Vybrané rozměry sportovní návštěvnosti a naznačení jejich témat, perspektivy a klíčových slov



Zdroj: Vlastní zpracování.

Poznámka: Schéma naznačuje otázky, jejichž řešení může být předmětem jednotlivých rozměrů sportu. Tučným písmem jsou zvýrazněny i termíny (podoby), které sport často reprezentují v dané perspektivě. U jednotlivých rozměrů jsou i naznačeny klíčové slova, které mohou být diskutovány v daném rozměru.

2.3.2 Sportovní návštěvnost a rozbor použité literatury

Tento oddíl poukazuje na různé obory, v rámci kterých je sportovní návštěvnosti věnována pozornost. Upozorňuje na to, že výsledky výzkumu se odvíjí od prostředí, ze kterého výzkum pochází, ale i podle charakteristik proměnlivých v prostoru a v čase, pro rozdílné sporty a jejich konkrétní podoby (například zda se jedná o úroveň profesionální, amatérskou či o sport dětí) a zvolené metodice a interpretaci výsledků. Přesto se oddíl

snaží identifikovat určité trendy a nepravidelnosti, a to jak při rozboru výsledků, tak i samotného přístupu.

Většina výzkumů orientovaných na sportovní návštěvnost vzniká v Severní Americe (Paul, 2003). Jedním z důvodů je pravděpodobně pozice sportu v americké společnosti, nebo velký objem ekonomických prostředků ve sportovním prostředí Severní Ameriky, který stimuluje vznik prací. Vysoký podíl prací ze Severní Ameriky ale studium sportovní návštěvnosti v jiném prostředí v důsledku prostorových specifik sportu, respektive sportovní návštěvnosti z části i komplikuje. Jiné je prostředí vně sportu a jiné je i prostředí sportu. Největší rozdíl mezi ligami je institucionální povahy. Systém severoamerických sportovních soutěží je odlišný od systému soutěží ve státech Evropy. Běžně se například v ligách Severní Ameriky týmy s ekonomickými problémy stěhují do jiných měst s větším trhem, lepšími podmínkami a velkým zájmem obyvatel o příchod sportovního týmu (Bale, 2003). V Evropě jsou ligy „otevřené“. Z lig se postupuje a sestupuje. Z ekonomického pohledu znamená postup navýšení a sestup snížení potenciálních zisků daného klubu (Demmert, 1973). Takto je nastavený mechanismus ve většině lig Evropy. Ligy v Severní Americe mají také často „zastropované“ finanční možnosti (Arzhilovskiy a Priyatel, 2012). Práce ze Severní Ameriky se nejčastěji soustředí na tradiční, populární sporty v oblasti. Těmi jsou především baseball a americký fotbal. Práce z Evropy svou pozornost nejčastěji zaměřují na fotbal a rugby (Arzhilovskiy a Priyatel, 2012). Práci, která by byla ze stejného prostředí, ve kterém se pohybuje analýza této akademické práce (Česko), a soustředila se (pouze) na lední hokej, se podařilo autorovi nalézt pouze jednu – Lahvička (2010).

Lahvička (2010) vyšetřoval návštěvnost extraligy v Česku kvantitativně. Soustředil se na ekonomické rozměry návštěvnosti. Tento výzkum se soustředí na vyšetření stejného prostředí, ale používá jiné metody a snaží se hledat vnitřní podmíněnosti prostředí (v obecné rovině i na konkrétním případě).

Signifikantně větší množství výzkumů analyzuje profesionální ligy (Suominen, 2009; Lahvička, 2010; Arzhilovskiy a Priyatel, 2012). Důvody lze najít jak v obecně lepším datovém pokrytí, tak i vyšší pozornosti ze strany výzkumníků.

Výsledkem ekonomického charakteru, který se také často ve výzkumech opakuje a poukazuje na specifika prostředí ledního hokeje, je popření elasticity poptávky po vstupenkách na zápasy ledního hokeje (Bale, 2003; Suominen, 2009; Lahvička, 2010;

Arzhilovskiy a Priyatel, 2012). Princip elasticity poptávky popisuje situaci, při které změna ceny statku (v tomto případě změna ceny vstupenky) mění úroveň poptávky po něm (počet prodaných vstupenek). Neelasticita poptávky po vstupenkách na lední hokej naznačuje, že se lidé pro navštívení či nenavštívení zápasu ledního hokeje rozhodují z jiných důvodů, než je cena vstupenky. Sport ale i v obecné rovině nereaguje pružně na ekonomické změny (Zhang a kol., 2018).

Rámeček 3: Cena vstupenek v Česku

Cena vstupenek je v českém prostředí pro většinu fanoušků nízká a nedeterminuje jejich rozhodnutí k případné sportovní participaci (Hlaváč, 2011). V rámci šetření EU –SILC (2015) v českém prostředí uvedla 3 % populace jako důvod k nenavštívení sportovní akce nedostatek finančních prostředků.

Nejstarší prací, z jejíž poznatků je v analýze čerpáno, je Rottenbergova (1956) studie návštěvnosti baseballu. Rottenberg (1956) zkoumal několik faktorů, které by mohly mít vliv na návštěvnost americké baseballové ligy. Mezi faktory zahrnul přítomnost hvězdných hráčů, cenu vstupenek, cenu vstupenek na ostatní kulturně-sportovní akce v geografické blízkosti sportovního stadionu a příjem obyvatel v oblasti. Studie silně akcentovala ekonomický rozměr návštěvnosti. Přinesla důležité poznatky jako například potvrzení vlivu výkonu týmu na počet jeho fanoušků (Arzhilovskiy a Priyatel, 2012). Další práce na podobné téma přibývaly pomalým tempem. Analýzu jednoznačně kvantitativní povahy vytvořil Noll (1974). Jeho výzkum přináší výpočty o vlivu změn zvolených proměnných na počet diváků během sportovních utkání. Hart, Hutton a Sharot (1975) soustředili svou pozornost na anglický profesionální fotbal. Identifikovali faktory, jejichž vliv na návštěvnost chtěli vyzkoumat. Ty před samotnou analýzou rozdělili do tří skupin a analyzovali vliv těchto skupin faktorů společně.

Analýzy se někdy nesoustředí jen na jeden tým, ligu či sport. Takovým případem je studie Schofielda (1983). Ta porovnává návštěvnost různých kolektivních sportů na jejich profesionální úrovni v Severní Americe. Také Schofield (1983) rozděluje faktory s možným vlivem na návštěvnost do několika skupin, přičemž rozlišuje faktory ekonomické, demografické, faktory popisující atraktivitu zápasu a poslední kategorií jsou ostatní faktory. V 90. letech práce začaly přibývat rychleji. Měnil se postupně i jejich charakter (některých prací). Začaly se objevovat výzkumy opouštějící dominantní ekonomický pohled, naopak přibývá prací využívajících perspektiv sociologie nebo psychologie. Marcum, Greenstein a Havard (1985) analyzovali severoamerické

profesionální baseballové ligy. Opět postupují podobně jako výše zmíněné práce, zkoumají jednotlivé faktory a jejich vliv na návštěvnost. Faktory dělí do tří kategorií – faktory charakterizující návštěvníky (z demografického hlediska), vnější prostředí (například počasí a dopravní dostupnost) a faktory popisující atraktivitu zápasu.

Vědeckých výzkumů, ať už geografických či nikoliv, které by se věnovaly lednímu hokeji, není mnoho. Jedním z nich je výzkum Jonese a Fergusona (1988). Zkoumali návštěvnost nejvyšší kanadskoamerické ligy NHL. Podobně jako Schofield (1983) i Hansen, Gauthier a Theiler (1989) věnují výzkum porovnání několika sportů ve stejném prostředí. Pro svůj výzkum se rozhodli použít dotazníkové šetření mezi fanoušky jednotlivých sportů v severoamerických ligách.

Většina prací zkoumá návštěvnost na úrovni jednotlivých zápasů (Lahvička, 2010; Arzhilovskiy a Priyatel, 2012). Některé ale zkoumají sezónní průměry návštěvnosti (Duke, 1990), jiné zase přístupy kombinují (Peters, 2011). Duke (1990) diskutuje změny návštěvnosti v prostředí československého fotbalu a ledního hokeje. Pro tuto analýzu přináší znalosti obecné, ale i ty s vazbou na sledované prostředí. V důsledku použití specifických metod, ztrácí výzkum možnosti studovat určité aspekty návštěvnosti. Při analýze hodnot za sezony například nelze sledovat vliv počasí (Marcum, Greenstein a Havard, 1985), ovlivnění úrovně návštěvnosti dnem, kdy se sportovní utkání odehrálo (Hansen, Gauthier a Theiler, 1989), časem zápasu, fázi sezony nebo aktuální formou týmu (Forrest a Simmons, 2006). Příkladem takového výsledku může být vyšetření vlivu vánočních prázdnin na návštěvnost finské hokejové ligy na 20–23 % (Suominen, 2009).

Výzkum Zhang a kol. (1996) upozorňuje mimo jiné na komplikace při analýze sportovní návštěvnosti plynoucí z heterogenity skupiny diváků, ale i těch, kteří stadion nenavštívili. Důvody hledá v jejich nezájmu (psychologický rozměr), nedostatku prostředků (ekonomický rozměr), tak třeba i nedostatečné infrastruktuře (geografický rozměr). V roce 2001 se ve své převážně sociologické analýze Zhang a kol. (2001) soustředili neobvykle na hokejové soutěže nižší výkonostní úrovně. Principy objasňující jejich návštěvnost vyšetřují pomocí dotazníkového šetření, stejně jako Hansen, Gauthier a Theiler (1989). Většina prací vyšetřující toto téma ale využívá při analýze sekundární data kvantitativní povahy (Suominen, 2009; Lahvička, 2010; Arzhilovskiy a Priyatel, 2012).

Několik článků o návštěvnosti ledního hokeje v Severní Americe publikoval sportovní ekonom Rodney Paul (Paul, 2003; Paul, Weinbach a Robbins, 2012;

Paul, Weinbach a Riccardi, 2019). V roce 2003 analyzoval návštěvnost NHL (Paul, 2003). Její rozdílnou úroveň se snažil objasnit herní atraktivitou (měřeno počtem gólů, bitek a trestných minut) a geografickým uspořádáním ligy, která může vyvolávat mezi týmy rivalitu (Paul, 2003). Ve své analýze uvádí, že týmy, které jsou prostorově blízké k jiným týmům v lize, zaznamenávají vyšší návštěvnost na svých domácích zápasech. V roce 2012 stejný autor zaměřil svůj výzkum jak na NHL, tak i AHL, druhou nejvyšší hokejovou soutěž v Severní Americe. Ta je s NHL propojena. Studoval se svým týmem vliv sportovních výkonů, tvrdosti hry a změny v cenách lístků na výslednou návštěvnost jednotlivých týmů (Paul, Weinbach a Robbins, 2012). V roce 2019 pak přidal další analýzu ledního hokeje, tentokrát z prostředí juniorského hokeje v Severní Americe. Analýza je rozšířena o další faktory, u kterých očekává jejich vliv na návštěvnost jako třeba počasí (Paul, Weinbach a Riccardi, 2019).

Přiblížení geografie a sociologie (tzv. kulturní obrat), které bylo v textu zmiňováno výše, přineslo do výzkumů sportovní návštěvnosti jiná témata, a to například zájem o vnímání, percepce, sportovní návštěvnosti, její významy, motivace, nebo fanouškovská identita a loajalita (Campbell, Aiken a Kent, 2004; Brandes, Franck a Theiler, 2013).

Mezi analýzy poznamenané feministickými přístupy by se dala zařadit práce Crawford a Gosling (2016). Jejich článek se zaměřuje na návštěvnost ledního hokeje z pohledu genderu. Uvádí, že muži vnímají ženy na tribunách jako nerovnocenné fanoušky. Mužským příznivcům vadí, že ženy vnímají více atmosféru než samotný výsledek zápasu. Ženám, diváčkám, přisuzují hanlivou přezdívku „Puck Bunny,, (hokejový králíček) vycházející z předsudku, že ženy chodí na sport jen kvůli atraktivitě hráčů. Lední hokej je přitom místo, kde se často divák setká se spoře oděnými roztleskávačkami v hledišti, při televizních přenosech jsou časté záběry na atraktivní fanyanky a v sektoru marketingu vzniká i řada sexisticky laděných reklam.

Stone a Desmond (2007) ve své ekonomické analýze sportovního trhu rozdělují faktory ovlivňující sportovní návštěvnost do čtyř skupin – behaviorální, demografické, psychologické a geografické. V roce 2009 autoři Madalozzo a Berber Villar publikovali text, který je rešerší literatury o sportovní návštěvnosti od roku 1973 do roku 2007. I v tomto článku lze najít rozdělení faktorů ovlivňujících návštěvnost. Madalozzo a Berber Villar (2009) dělí faktory do čtyř skupin – ekonomické, ty související na očekávané kvalitě zápasu, faktory spojené s nejistotou výsledku a faktory ostatní (Silveira, Cardoso a Quevedo-Silva, 2019).

Pro výzkum Davise, Gauthiera a Theilera (2009) je signifikantní snaha o kvantifikaci proměny sportovní návštěvnosti. Zkoumá vliv výsledků týmu na jeho návštěvnost v baseballové MLB – severoamerické profesionální lize.

Jako první práce z prostředí ledního hokeje v Evropě, zabývající se návštěvností, je uvedena publikace Suominena (2009). Jeho studie *Demand for Ice Hockey, the Factors Explaining Attendance of Ice Hockey in Finland* zkoumá vliv prostředí na návštěvnost nejvyšší finské ligy v sezoně 2007/2008. V Česku se nejvyšší ligou ledního hokeje při analýze návštěvnosti zabýval Lahvička (2010). Ekonom Lahvička vyšetřoval návštěvnost extraligy od roku 2000 do roku 2010. Výzkum zpracovává pomocí kvantitativních metod, důraz je kladen na reprezentativnost dat, jejich diskuze a porozumění nejde do hloubky. Další práce z prostředí ledního hokeje je studie Arzhilovskiy a Priyatel (2012). Ti se soustřeďují na nejvyšší hokejovou ligu ve Švédsku. Jak Lahvička (2010), tak Arzhilovskiy a Priyatel (2012) používají ve svých výzkumech vícenásobnou lineární regresi. Sportovní návštěvnost a analýza dat za ni je někdy vyšetřována, ale i statisticky jednoduššími metodami, například pomocí korelací mezi identifikovanými faktory s možným vlivem na návštěvnost a úrovní návštěvnosti (Hlaváč, 2011).

Většina prací, které nepochází ze Severní Ameriky, se věnuje fotbalu. Příkladem je analýza Dos Santose a Havarda (2012) z prostředí španělského klubového fotbalu, Brandese, Francka a Theilera (2013) sledující nejvyšší německou fotbalovou ligu., Za nejdůležitější faktor pro úspěch klubu považují velikost regionu. Silveiry, Cardesy a Queveda-Silvy (2019) se zabývají specifiky brazilské fotbalové návštěvnosti.

Douvis (2014) soustřeďuje svou pozornost na jedince, kteří se rozhodli sportovní událost nenavštívit. Tato většinová část populace je při analýzách běžně přehlížena, přesto její motivace k neangažovanosti na sportovních akcích a percepce sportovních akcí může přinést velmi důležité poznatky k pochopení návštěvnosti sportovních akcí. Snaží se najít psychologické důvody tohoto rozhodnutí (psychologický rozměr).

Ačkoliv se výzkum Rockerbieho (2015) i Matthewse a Channona (2016) věnuje lednímu hokeji a jeho agresivitě, jejich cíl je rozdílný. Rockerbie (2015) zkoumá vliv násilí mezi hráči během utkání na úroveň návštěvnosti NHL a Matthews a Channon (2016) násilí v ledním hokeji diskutují z pozice sociologie. Koncentrují se na jeho roli, toleranci během sportovního utkání a jeho ritualizaci.

Výzkumů z jiných, než profesionálních lig není tolik, jako z těch profesionálních. Není po nich taková poptávka, jejich utkání většinou neupoutají takovou pozornost jako

zápasy týmů profesionálních a kvalita datového pokrytí je obecně nižší. Porovnání mezi profesionálními ligami a ligami amatérskými (někdy působícími v rámci menšího území) či třeba juniorskými je ale důležité k identifikaci rozdílů „chování“ návštěvníků. Olin (2016) se soustřeďuje na návštěvnost basketbalu ve Finsku. Zkoumá vliv hráčů ze zahraničí na návštěvnost a tvrdí, že jejich přítomnost týmům snižuje návštěvnost. Vysvětlení nachází v odlišných motivacích diváků sportu amatérského, pro které není nejdůležitější sportovní výsledek a atraktivita sportovního utkání, ale pocit sounáležitosti a budování komunity (Olin, 2016). Sociologové Havard a Dalakas (2017) píšou o sportovní rivalitě. Dávají sportovní rivalitu do analogie s rivalitou obecnou. Má totiž stejné principy. Je hnána soupeřením o moc, geografickou blízkostí, střetem jiných ideologií či kombinací více z nich.

Posledním uvedeným výzkumem v této části je výzkum Stenbacky (2017). Ten při svém výzkumu návštěvnosti finského hokejového týmu Vaasan Sport použil dotazníkové šetření. To bylo určeno nejen divákům, ale i funkcionářům týmu. Výsledkem je komparace očekávání a percepce rozdílných aktérů ve sportovním prostředí na konkrétním případu. Podmíněnosti sportovní návštěvnosti se snaží pochopit identifikací faktorů ovlivňujících návštěvnost. Faktory dále dělí do čtyř skupin na behaviorální, demografické, psychologické a geografické.

Pro snazší orientaci v rozdílných vymezeních skupin faktorů s vlivem na sportovní návštěvnost je pod tímto odstavcem tabulka, která uvedené výzkumy a jejich způsob vymezení faktorů s vlivem na sportovní návštěvnost představuje.

Tabulka 1: Faktory vyšetřované v souvislosti se sportovní návštěvností ve vybraných výzkumech

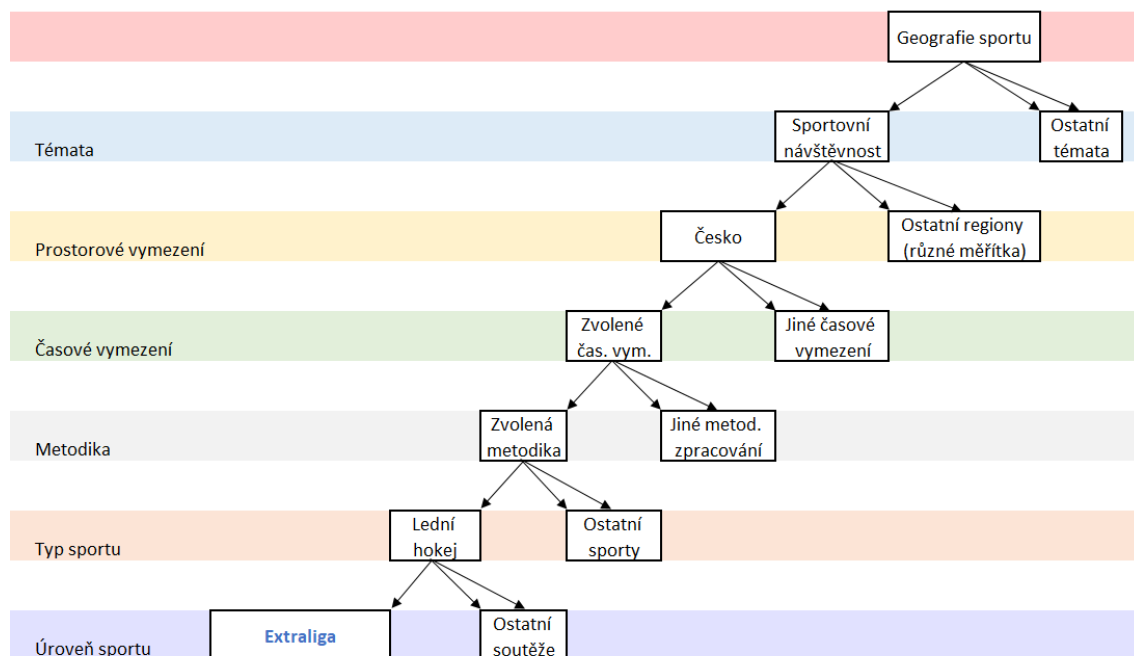
Jméno autora	Název publikace	Rok vydání	Počet kategorií faktorů	Výčet faktorů	poznámka
Rottenberg	The Baseball Players' Labor Market	1956	4	Ekonomické Očekávané kvality Nákladů Ostatní (např. charakteristiky diváka)	Severní Amerika, profesionální baseball
Hart, Hutton a Sharot	Correction: A Statistical Analysis of Association Football Attendances	1975	3	Ekonomické Demograficko-geografické Sportovní	Anglie, profesionální fotbal
Schofield	Performance and attendance at professional team sports: A Statistical Analysis of Association Football Attendances	1983	4	Ekonomické Demografické Atraktivita zápasu Ostatní	Severní Amerika, profesionální populární kolektivní sporty
Marcus, Greenstein a Havard	Factors Affecting Attendance of Major League Baseball: II. A Within-Season Analysis	1985	3	Charakteristik diváků Vnějších podmínek Atraktivita zápasu	Severní Amerika, profesionální baseball
Stone a Desmond	Fundamentals of marketing	2007	4	Behaviorální Demografické Psychologické Geografické	Ekonomická analýza sportovního trhu
Madalozzo a Berber Villar	Brazilian Football: What Brings Fans to the Game?	2009	4	Ekonomické Očekávané kvality Nejistoty výsledku Ostatní	Rešerše prací o sportovní návštěvnosti
Stenbacka	Factors That Influence Spectator Attendance in the Ice Hockey	2017	4	Behaviorální Psychologické Demografické Geografické	Finsko, profesionální lední hokej, jeden tým, stejné skupiny jako Stone a Desmond (2007)

Zdroj: Vyjmenované výzkumy; vlastní zpracování.

Poznámka: Tabulka postupně uvádí autory a název výzkumu, ve kterém bylo uvedené dělení faktorů uvedeno, rok vydání a doplňující informace.

Zvolené téma tohoto výzkumu je jen konkrétním příkladem toho, na co může být v geografii sportu upřena pozornost výzkumníka. Následující schéma se snaží přiblížit proces vymezování výzkumu.

Schéma 10: Proces tvorby výzkumu, jednotlivé fáze a konkrétní charakteristiky analýzy



Zdroj: Vlastní zpracování.

Poznámka: Taková analýza je jen částí bádání v rámci geografie sportu. Sportovní návštěvnost je jen jedno z možných témat, které může být studováno v jiném prostorovém vymezení, časovém vymezení, za pomoci jiné metodiky, v rámci jiného sportu či konkrétní soutěže. Tento proces volby výzkumného zaměření je graficky znázorněn pod textem. Jednotlivé kroky nemusí být řešeny v naznačeném pořadí (nejdou si prerekvizitou).

V závěru podkapitoly jsou stanoveny výzkumné cíle a na základě předpokladů vytvořeny výzkumné otázky, které budou vyšetřeny za pomoci statistického zpracování dat o návštěvnosti české extraligy.

2.3.3 Sportovní návštěvnost, dílčí cíle výzkumu a stanovení výzkumných otázek

Cílem této akademické práce je vyšetřit vztah mezi geografii a sportem. I analytická část má stejný cíl. Zaměřuje se ale na konkrétní příklad tohoto vztahu, což umožňuje hlubší pochopení a ověření obecných principů. Také poznatky takového výzkumu jsou specifitější a jejich případné využití konkrétními aktéry může být cílené lépe. Vyšetřuje vztah na národní úrovni. V následujícím textu se diskutují poznatky z předešlých studií a jsou konfrontovány s prostředím a cíli této práce.

Studovaným územím je Česko, které bylo v minulosti součástí Československa, a proto se některé části diskuze váží i k Československu. Cílem je na základě analýzy pochopit trendy změn sportovní návštěvnosti v kontextu změn prostředí, a proto se soustřeďuje na několikaleté období (longitudinální přístup). Délka a vymezení tohoto období se pro některé výzkumné otázky uvedené níže v textu liší. Nejzazšími momenty jsou první zmínky o hokeji na území Česka a hokejové sezony – 2019/2020 a 2020/2021, jejichž návštěvnost byla enormně poznamenána pandemií koronaviru. *(poznámka: Podle výsledků šetření EU-SILC (2015) v Česku sportovní akci navštívilo za poslední rok 41 % obyvatel starších 16 let. Při porovnání návštěvnosti s hodnotou z roku 2006 je znatelný nárůst o 8 %).*

Pozornost výzkumu se zaměřila na lední hokej, v českém prostředí dlouhodobě populární sport s vysokou návštěvností (Gut a Pacina, 1986; Duke, 1990; finance.cz, 2019). Konkrétně analýza, jejíž metodika bude představena níže, vyšetří českou extraligu ledního hokeje, nejvyšší hokejovou ligu v Česku.

Hodnocení analýzy by bylo možné rozdělit na dvě hlavní části s jinými cíli a používají jiné metody.

První část analýzy je diskuzí prostředí ledního hokeje. Snaží se nazírat na prostředí ledního hokeje z různých perspektiv a zasadit ho do širšího společenského i časoprostorového kontextu. Zohledňuje institucionální prostředí ledního hokeje (i českého prostředí s vlivem na lední hokej), politické prostředí ve sportu i mimo něj, sportovní úspěchy jednotlivých týmů či české reprezentace a podobně.

Cílem této části je pochopit „chování“ ledního hokeje v českém prostředí od jeho začátků až po současnost, identifikovat události, které by mohly mít vliv na změny návštěvnosti české extraligy ledního hokeje, a to ať už z prostředí ledního hokeje či mimo něj, jestli jsou geografické či politické, jejich byl jejich vliv dlouhodobý či krátkodobý, nebo zda ovlivňují návštěvnost celé ligy či pouze některých týmů. Rešerše a diskuze dosavadních poznatků v rámci této části výzkumu je také oporou pro interpretaci a pochopení výsledků druhé části analýzy.

První část výzkumu se opírá o rešerši a analýzu literatury. Nejvýraznějšími zdroji informací pro tuto část jsou knihy o českém hokeji (Gut a Pacina, 1986; Jenšík, 2001) a oficiální webové stránky českého hokeje (hokej.cz; ceskyhokej.cz) a jednotlivých klubů (často sekce historie). Snaží se nejen identifikovat změny prostředí českého hokeje, ale pochopit, co prostředí ledního hokeje ovlivňuje, jak a proč.

Druhá část analýzy využívá statistickou analýzu dat, kterou vnímá jako prostředek k nalezení vztahů. Hlavní důraz je kladen opět jako v první části analýzy na porozumění daným informacím, v druhé části dosažených statistickou analýzou a jejich interpretaci. Jsou analyzovány stanovené výzkumné otázky. Výsledky jsou představeny a diskutovány jsou jejich možné příčiny a důsledky a jsou zasazeny do obecnějších souvislostí.

Akademická práce v této části analýzy vyšetřuje postupně 5 výzkumných otázek, které lze rozdělit pomocí klasifikace rozměrů hodnocení sportu, naznačeného schématem (viz. schéma vybraných rozměrů sportovní návštěvnosti a naznačení jejich témat, perspektivy a klíčových slov). První výzkumná otázka pracuje s úrovní návštěvnosti, která je diskutována ze všech identifikovaných rozměrů hodnocení sportu – ekonomického, sociologického, psychologického a ekonomického.

Výzkumná otázka 1: Jaké události měly vliv na úroveň návštěvnosti extraligy ledního hokeje mezi sezonami 1993/1994 až 2018/2019?

Druhá a třetí výzkumná otázka analyzuje geografický rozměr sportu. Řešení obou těchto otázek doprovází problém, jak vymezit sportovní region. Práce pracuje s jejich dvojitým vymezením. Jedním je analýza měst, ve kterých se extraliga hraje, druhým je přiřazení zázemí administrativního regionu, ve kterém se sportovní kluby nachází. Úroveň měst nemusí být dostatečná, neboť sportovní identitu klubu a zájem o sportovní akce mají často i obyvatelé celého regionu. ELH je nejvyšší ligou ledního hokeje v Česku, a tak lze předpokládat, že přiláká fanoušky z širšího zázemí města. Jak již bylo uvedeno, administrativní regiony nemusí být shodné se sportovními, pro potřeby této práce ale bude stačit existující administrativní regionální struktura, za kterou jsou dostupné statistické údaje.

Druhá výzkumná otázka se soustředí na proces koncentrace české extraligy ledního hokeje do populačně větších a funkčně významnějších regionů – jádrových oblastí. Identifikovány jsou podle počtu obyvatel, podle role v systému státní správy a na základě výzkumu společnosti Deloitte (deloitte.com, 2018) o kvalitě života v českých městech. Podle Balea (1981) jsou úspěchy sportovních týmů z regionů méně významných více náchylné na změny prostředí, týmy z regionů vyššího významu naopak svoje postavení upevňují a navyšují svůj význam. To by mělo přispívat, společně se snahou o přiblížení týmů k velkým trhům, ke koncentraci týmů do těchto populačně větších a funkčně významnějších regionů (Bale, 2003).

Výzkumná otázka 2: Koncentrují se týmy české extraligy ledního hokeje do populačně větších a funkčně významnějších regionů?

Třetí výzkumná otázka se týká vlivu populační velikosti regionu na návštěvnost příslušného sportovního týmu. Pro potřeby této analýzy bude jako sportovní region uvažováno město, ve kterém tým působí a analyzovány budou domácí zápasy, tedy zápasy, které se odehráli na stadionu ve městě, ve kterém tým působí. Podle výsledků výzkumu Brandese, Francka a Theilera (2013) z prostředí německého fotbalu je velikost regionu nejdůležitějším faktorem pro sportovní úspěch a vysokou úroveň návštěvnosti. Noll (1974) v prostředí basketbalu v Severní Americe vyčísľuje vztah mezi počtem obyvatel ve městě a diváků v hledišti – každý milion obyvatel navíc znamená 550 fanoušků na zápase basketbalu. Tento vliv je potvrzen i v prostředí ledního hokeje (Suominen, 2009). Návštěvnost ale nezávisí jen na počtu obyvatel, ale také na charakteristikách této populace.

Výzkumná otázka 3: Mají extraligové týmy z populačně větších regionů vyšší návštěvnost na domácích zápasech?

Čtvrtá výzkumná otázka opět akcentuje geografii, tentokrát ale jiným způsobem než u předešlých výzkumných otázek, kdy diskutuje psychologický fenomén v závislosti na rozdílném prostoru. Nejprve vyšetřuje, zda úroveň návštěvnosti týmů české extraligy souvisí s úrovní agresivity jejich hry. Výsledky poté dává do souvislostí s výsledky jiných studií z jiného hokejového prostředí, které se agresivitou hry a jejím vlivem na návštěvnost zabývaly. Ambicí této výzkumné otázky je porovnat prostředí českého hokeje s prostředím hokeje v jiných státech. Matthews a Channon (2016) vnímají agresivitu ledního hokeje jako její signifikantní znak. Mezinárodní federace ledního hokeje se snaží image sportu změnit. V posledních letech se měnila pravidla tak, aby se agresivita hry snížila (Matthews a Channon, 2016). Podle Paula (2003) ale fanoušci severoamerické NHL preferují zápasy, ve kterých se objevují „bitky“. Ke stejným závěrům došel i výzkum z prostředí juniorského hokeje v Severní Americe (Paul, Weinbach a Riccardi, 2019). A v prostředí evropského ledního hokeje (švédského) potvrdil pozitivní vliv agresivity na návštěvnost i Arzhilovskiy a Priyatel, (2012). Česká hokejová extraliga není agresivitou hry proslulá, přesto je ale lední hokej hra celosvětově rozšířená, unifikovaná a jednotlivá hokejová prostředí jsou v neustálé konfrontaci, propojeny vzájemnými vztahy různého charakteru. Případná atraktivita agrese zápasů

ledního hokeje je spíše psychologické povahy než kulturní a neměla by být podmíněna kulturním prostředím.

Výzkumná otázka 4: Souvisí úroveň agresivity hry týmu s úrovní jeho návštěvnosti v prostředí české extraligy ledního hokeje?

Jak druhá, třetí, tak i čtvrtá výzkumná otázka jsou studovány na příkladu časového období od sezony 2000/2001 do sezony 2018/2019. Data za návštěvnost české extraligy jsou na oficiálních stránkách českého hokeje dostupná již od sezony 1992/1993. V roce 1993 se však rozpadlo Československo a v sezoně 1996/1997 došlo k výrazné změně organizace soutěže (zvýšil se počet zápasů týmů během sezony ze 44 na 52), (Hokej.cz) a v roce 2000 se změnilo územně administrativní uspořádání Česka – vznikly samosprávné kraje. Návštěvnost sezony 2019/2020 byla výrazně poznamenána pandemií koronaviru a soutěž se ani nedohrála. Tyto události měly velmi pravděpodobně vliv na úroveň návštěvnosti a jejich vyloučení z analýzy ohrazením sledovaného období mezi roky 2000 a 2019 napomůže nalézt a pochopit dlouhodobější trend návštěvnosti extraligy ledního hokeje v Česku.

I pátá výzkumná otázka je řešena v období od roku 2000 do roku 2019. Její řešení se snaží odpovědět na to, jaké podmíněnosti (v tomto případě zastoupeny faktory) mají největší význam pro výslednou úroveň návštěvnosti. Výzkumníci identifikují a analyzují různé faktory, dokonce jejich různé skupiny. Pro tuto práci byly vymezeny čtyři skupiny – geografické, psychologické, sociologické a ekonomické.

Výzkumná otázka 5: Jaké faktory mají největší vliv na úroveň návštěvnosti české extraligy ledního hokeje?

KAPITOLA 3

Metodika a zdroje dat

Cílem této kapitoly je seznámení s analýzou. Kapitola je rozdělena do dvou podkapitol. V podkapitole metodika výzkumu jsou uvedeny základní charakteristiky analýzy a je představeno její základní dělení do dvou fází, jsou zde popsány dílčí cíle a obecné vlastnosti výzkumu, metodika řešení jeho jednotlivých částí obecně a metodika zvolená pro zodpovězení konkrétních výzkumných otázek. Představeny jsou programy (softwary), kterébyly při analýze dat využity. Podkapitola data má nejprve obecný charakter, poté uvádí zdroje dat vyšetřovaných proměnných a ty, co jsou zásadní při analýze, krátce představuje. Část data obsahuje seznam týmů (měst), které do další fáze analýzy vstupují a schéma sledovaných proměnných, (vycházejí ze schématu vybraných rozměrů sportovní návštěvnosti a naznačení jejich témat, perspektivy a klíčových slov, respektive jednotlivých rozměrů sportovní návštěvnosti).

3.1 Metodika výzkumu

Analýza svým zaměřením kopíruje cíle akademické práce. V obecné rovině studuje vztah geografie a sportu. V rámci analýzy je vztah sportu a geografie studován na specifickém případě, prostředí konkrétního sportu – ledního hokeje, a také jeho divácké návštěvnosti. Vztah ledního hokeje a prostředí je diskutován na příkladu Česka. Analýza se věnuje časovému období od počátků ledního hokeje v Česku, až po současný stav. Je tematicky a i metodologicky rozdělena do dvou částí. První část se věnuje vývoji ledního hokeje,

druhá část pak extralize ledního hokeje, což je nejvyšší profesionální liga ledního hokeje na území Česka. Druhá část se soustředí pouze na vývoj prostředí ledního hokeje po rozpadu Československa (od sezony 1993/1994), respektive, některé analýzy z druhé části od vzniku krajů (od sezony 2000/2001) až po sezonu 2018/2019, která ještě nebyla poznamenána pandemií koronaviru.

Analýza má komplexní charakter. Na problematiku nahlíží z různých perspektiv a zahrnuje informace dotýkající se několika oborů. Také vyšetřuje změny vztahů ve sledovaném období. Cílem je vyšetřit konkrétní případ, ale také snažit se diskutované poznatky zobecnit. K této indukci výsledků dochází v rámci výzkumu s akcentováním identifikovaných vnitřních a vnějších specifík vyšetřovaného prostředí.

Výše v textu bylo uvedeno, že výzkum má dvě dílčí části. První část, soustřeďující se na vývoj ledního hokeje v prostředí Česka v obecné rovině, je kvalitativního charakteru. Snaží se hledat hlubší souvislosti, porozumět vývoji ledního hokeje. Využívanými metodami této části analýzy je především diskuze literatury (Neubauer, Sedláčik a Kříž, 2016). Snaží se postupovat chronologicky od nejstarších po nejnovější poznatky a od minulého po současný stav prostředí. Identifikuje hlavní milníky vývoje ledního hokeje. Speciální pozornost věnuje událostem, které mohly mít dopad na úroveň návštěvnosti týmů z nejvyšší ligy a i celou ligu. Grafickými výstupy této části jsou jednak schéma organizace světového a českého hokeje, tak časová osa sledující vývoj extraligy ledního hokeje po rozpadu Československa. První část analýzy podává ucelenou informaci o ledním hokeji v Česku a je důležitá pro hodnocení dat druhého kroku analýzy (Olecká a Ivanová, 2010).

Druhá část analýzy má kvantitativní charakter. Odpovídá na konkrétní výzkumné otázky s využitím statistických metod. Její výsledky se zakládají na statistické analýze dat. Pro potřebu statistického vyšetření je potřeba data kodifikovat (Vojtíšek, 2012). Kodifikací (standardizací) dat dochází ke ztrátě části informací o problematice. Proto je důraz výzkumu kladen na zajištění kvalitních dat, správný výběr statistické metody, tak i na následnou interpretaci výsledků jednotlivých analýz (Budíková, Králová a Maroš, 2010). Druhá část výzkumu odpovídá na konkrétní výzkumné otázky s vazbou na sportovní návštěvnost (návštěvnost ledního hokeje). Ke statistickému vyšetření dochází v období po rozpadu Československa či po vzniku krajů (podle konkrétní výzkumné otázky), až po sezonu 2018/2019. Statistickými jednotkami jsou ve druhé části analýzy jednotlivé týmy či sezony. V případě analýzy sezon výzkum

pracuje s průměrnými hodnotami proměnných za jednotlivé týmy. O použití průměrné hodnoty bylo rozhodnuto na základě předběžného prošetření dat. Sledovaná návštěvnost jednotlivých týmů osciluje na podobné úrovni, a proto lze průměr použít i přes jeho nízkou rezidenci k odlehlým hodnotám (Hendl, 2009).

Například v prostředí nejvyšší švýcarské hokejové ligy, ve které tým z Bernu zaznamenává dlouhodobě diváckou návštěvnost na domácích zápasech na úrovni 16 tisíc (nejvíce z evropských týmů) a průměrná návštěvnost soutěže se pohybuje mezi 4–6 tisíci, by ale použití průměru vhodné nebylo (sihf.ch, 2020). Použití průměrné hodnoty návštěvnosti by nemuselo být optimální ani při analýze druhé nejvyšší ligy ledního hokeje v Česku. V ní jsou relativní rozdíly v návštěvnosti mezi týmy větší než v extralize a některé z nich dlouhodobě vybočují ze „standardní“ úrovně návštěvnosti v rámci ligy (hokej.cz, 2020). Proměnné vyšetřované v rámci analýzy jsou kardinálního (kvantitativního) charakteru.

První výzkumná otázka (Jaké události měly vliv na úroveň návštěvnosti extraligy ledního hokeje mezi sezonami 1993/1994 až 2018/2019?) má za cíl identifikovat události, které podle dat ovlivnily návštěvnost české extraligy v jednotlivých sezonách. Zkoumáno je období od sezony 1993/1994 do sezony 2018/2019. Návštěvnost bude reprezentována její průměrnou hodnotou v konkrétních ročnících vypočteném z návštěvnosti jednotlivých týmů. Vzorec pro výpočet aritmetického průměru má následující podobu

$$\text{aritmetický průměr } \bar{x} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i,$$

kde n vyjadřuje počet týmů v dané sezoně (vždy 14), (Neubauer, Sedláčik a Kříž, 2016). Výsledky budou graficky zpracovány a doplněny o lineární rovnici vyjadřující trend vývoje návštěvnosti. Výsledné hodnoty za jednotlivé ročníky budou diskutovány v kontextu změn v prostředí ledního hokeje v různých měřítcích (ledního hokeje obecně, česká extraliga či jednotlivé týmy) i mimo prostředí ledního hokeje (prostředí Česka – uvnitř systému i prostředí vně systému).

Řešení druhé výzkumné otázky (Koncentrují se týmy české extraligy ledního hokeje do populačně větších a funkčně významnějších regionů?) se odvíjí od způsobu vymezení regionů a způsobu hodnocení regionu. Pro potřeby této analýzy je region vymezen několika způsoby. Každý poukazuje na jinou charakteristiku a jiný aspekt postavení území v prostoru a sídelním systému. Analýza pracuje s počtem obyvatel – populační velikost (dále u výstupů analýzy jen velikost), s převzatým ukazatelem

hodnotícím kvalitu života (vnitřní charakter) a s vytvořenými ukazateli hodnotícími pozici sídel v systému veřejné správy (vertikální pozice) a koncentraci profesionálních sportovních týmů v regionu (specifická pozice). Tyto proměnné sleduje v období od sezony 2000/2001 do sezony 2018/2019. Proměnné jsou zajištěny za jednotlivá města, studovaným sportovním regionem jsou tedy jednotlivá sídla, nikoliv jejich zázemí.

Data jsou zajištěna za jednotlivé týmy a města v daných ročnících extraligy. Poté jednotlivé hodnoty opět, tak jako u první výzkumné otázky, reprezentuje jejich aritmetický průměr v jednotlivých sezonách. Výsledky porovnávající vývoj v čase napomáhají při hlubší diskuzi výzkumné otázky. Zatímco při analýze průměrné návštěvnosti je použití průměrné hodnoty dostačující (první výzkumná otázka), pro vyšetření druhé výzkumné otázky a zohlednění jiných proměnných nikoliv. Důvodem je výrazně vyšší populační velikost Prahy v porovnání s ostatními sídly vstupujícími do analýzy. Tato situace je vyřešena vyloučením Prahy z analýzy. Vyřazen je tak tým Sparty i tým Slavie, který v soutěži účinkoval pouze v několika sledovaných sezonách. Zahrnutí těchto týmů do analýzy by výrazně ovlivnilo celkové výsledky (Hendl, 2009). Specifické postavení a role Prahy ve vztahu k Česku s sebou pravděpodobně přináší i specifické principy pro fungování a „chování“ týmů ledního hokeje, a tak vyšetření všech týmů ligy najednou a generalizace poznatků v tomto případě není považována za optimální řešení.

Třetí výzkumná otázka (Mají extraligové týmy z populačně větších regionů vyšší návštěvnost na domácích zápasech?) hledá vztah mezi návštěvností a populační velikostí regionu. Výsledky analýzy jsou i u třetí výzkumné otázky závislé na vymezení regionu. Při vyšetřování třetí výzkumné otázky analýza pracuje opět s vymezením na úrovni jednotlivých měst, ve kterých se nachází týmy. Sledováno je období mezi sezonami 2000/2001 a 2018/2019. Pro analyzování vztahu dvou proměnných je použita korelační analýza. Ta neprokazuje kauzalitu, tedy vliv úrovně jedné proměnné na druhou. Korelační analýza pouze pomáhá při porozumění vztahu. Korelace dosahuje hodnot od -1 do +1. Čím vyšších hodnot korelace dosahuje, tím je vztah kvantitativních proměnných bližší (Hendl, 2009). Hodnoty k jedné ukazují na jejich kladný vztah, kdy zvýšení hodnoty jedné proměnné zvyšuje hodnoty druhé. Naopak hodnoty korelace blízké -1 ukazují na vztah nepřímé závislosti (antikorelaci), kdy růst hodnot jedné proměnné snižuje hodnoty druhé proměnné. Hodnoty koeficientu blízké nule neznamenají, že mezi proměnnými není vztah. Podávají pouze informaci o tom, že vztah není lineárního charakteru. Hodnota korelace byla vypočtena pomocí Pearsonova korelačního koeficientu. Ten je založen na

myšlenke, že kovarianci převede na bezrozměrné číslo tak, že ji podělí směrodatnými odchylkami obou proměnných (Budíková, Králová a Maroš, 2010; Olecká a Ivanová, 2010).

Korelační analýza je sestrojena nejprve pro návštěvnost a populační velikost ligy jako celku, poté analýzu opakuje bez pražských týmů. Jejich vyřazení z analýzy je důsledkem předpokládané specifčnosti sportovních týmů v Praze, městě, které je několikanásobně (v některých případech i řádovostně) populačně větší než ostatní města vstupující do analýzy. Hodnoty korelace mezi těmito proměnnými jsou také vypočteny za vybrané sezony, což umožňuje sledovat změnu jejich vztahu v čase. Vybranými sezonami, ve kterých je hodnota korelace návštěvnosti a populační velikosti sportovního regionu analyzována, jsou sezony 2000/2001 a 2018/2019 (ohraničující časové vymezení analýzy) a sezony 2006/2007 a 2012/2013.

Analýza čtvrté výzkumné otázky (Souvisí úroveň agresivity hry týmu s úrovní jeho návštěvnosti v prostředí české extraligy ledního hokeje?) je řešena podobným způsobem jako analýza třetí výzkumné otázky. Opět je hledán vztah mezi dvěma proměnnými. V tomto případě mezi úrovní návštěvnosti a agresivitou hry. Agresivita hry jednotlivých týmů je reprezentována celkovým počtem jejich oslabení za danou sezonu. Tento ukazatel je ale sycen jak v důsledku trestů za agresivní hru proti pravidlům, tak i tresty, které vyplynuly v důsledku porušení technických pravidel. Jak návštěvnost, tak agresivita týmů v jednotlivých sezonách je zastoupena jednou hodnotou, průměrem. Průměrné hodnoty poté vstupují do korelační analýzy a korelace mezi proměnnými je vyšetřena i na úrovni jednotlivých týmů za vybrané sezony (2000/2001, 2006/2007, 2012/2013 a 2018/2019).

Poslední, pátá, výzkumná otázka (Jaké faktory mají největší vliv na úroveň návštěvnosti české extraligy ledního hokeje?) je prošetřena pomocí relativně složitější statistické metody. Snaží se analyzovat vztah několika vybraných proměnných na úroveň návštěvnosti. Je tedy potřeba použít metodu vícerozměrné statistické analýzy. Vhodnou metodou je v tomto případě (kdy je cílem popsat vztah závislé proměnné na více nezávislých proměnných) vícenásobná lineární regrese (Vojtíšek, 2012).

Jejím výstupem je model, který lze zapsat pomocí rovnice popisující vztah mezi (vybranými) proměnnými. Tvar této rovnice je následující:

$$y = \beta X + \varepsilon,$$

kde y je závislou proměnnou, β regresním parametrem, X nezávislou proměnnou a ε vyjadřuje náhodnou chybu (Neubauer, Sedláčik a Kříž, 2016). *(Poznámka: analýza výsledné rovnice neprezentuje)*

Podmínkou k použití této metody je dostatečné množství dat snižující riziko statistické chyby a jejich kvantitativní charakter. Konkrétní výsledek vícenásobné lineární regrese je závislý na konkrétních parametrech (metodách) analýzy. Pro tuto akademickou práci je použita její často používaná metoda Stepwise. Ta do modelu, který vysvětluje závislou proměnnou (v tomto výzkumu návštěvnost), zahrnuje nezávislé proměnné postupně, podle jejich relevance k vysvětlení proměnné závislé. Důležité je se při analýze vyvarovat tzv. multikolinearity. K té může mezi proměnnými dojít, pokud není zajištěna jejich nezávislost. Před analýzou ji lze vyšetřit pomocí sestavení parciálních korelací mezi proměnnými s proměnnou kontrolní (návštěvnost). Při analýze ji lze zkontrolovat na základě hodnot VIF (čím vyšší hodnota, tím bližší vztah mezi proměnnými). Pro zpětné otestování samotné vícenásobné lineární regrese je použita analýza ANOVA, analyzující rozptyly. Pokud je její signifikance dostatečná, lze model označit za dostatečně statisticky průkazný na zvolené hladině spolehlivosti. V tomto případě je hladina spolehlivosti stanovena na 95 % (p – hodnota musí být nižší než 0,05). Hodnota koeficientu determinace R^2 vyjadřuje, jak velký podíl vysvětlované proměnné (návštěvnosti) vysvětlují v daném modelu vícenásobné lineární regrese zahrnuté proměnné (Hendl, 2009; Neubauer, Sedláčik a Kříž, 2016).

Celkem budou sestaveny v rámci výzkumu čtyři vícenásobné lineární regrese. Ty jsou sestaveny s daty za sezonu 2000/2001, 2006/2007, 2012/2013 a 2018/2019. Což umožní sledovat vývoj vztahů mezi proměnnými v čase.

K zápisu a organizaci dat byl použit tabulkový procesor Microsoft Excel 365. V jeho rozhraní došlo také k prvním výpočtům deskriptivní statistiky hodnotící datový soubor a k výpočtu korelačních koeficientů. Pro sestavení vícenásobných lineárních regresí byl využit modulární statistický software IBM SPSS Statistics base.

V této podkapitole byly představeny metody výzkumu a použité softwary. Další podkapitola je věnována použitým zdrojům dat.

3.2 Data

Oddíl se věnuje použitým zdrojům a rozebírá jejich povahu a případné komplikace, kterým může být výzkum vystaven v závislosti na zvolených datech. Pro uvedení obecných informací o použitých zdrojích dat je potřeba následovat rozdělení analýzy, které proběhlo v předešlé podkapitole. Tyto části analýzy se mezi sebou s ohledem na použité zdroje a práci s nimi liší. Zatímco první část analýzy se opírá o rešerši a diskuzi literatury, druhá část analyzuje data z dostupných internetových zdrojů.

V první části analýzy práce operuje nejčastěji s oficiálními stránkami Mezinárodní federace ledního hokeje, oficiálními webovými stránkami českého hokeje a oficiálními webovými stránkami jednotlivých týmů ledního hokeje v Česku. Použity jsou ale i vědecké publikace, či, v důsledku povahy výzkumu, literatura popularizační povahy (příkladem je kniha Guta a Paciny (1986) nesoucí název Malá encyklopedie českého hokeje).

Druhá část analýzy pracuje se statistickým zpracováním dat. Ta jsou sekundárního charakteru, převzatá již z dostupných zdrojů. Je tedy užitečné pravost dat ověřit a přistoupit k preventivním opatřením při jejich výběru. Mezi ně lze zařadit upřednostnění dat z oficiálních zdrojů. Dále je pro správnou interpretaci dat a výsledků dílčích analýz důležitá znalost metodiky sběru dat. Data týkající se sportu jsou často primárně publikována pro veřejnost, nikoliv pro vědecké účely, a tak při tvorbě této akademické práce bylo rozhodnuto o nezařazení některých dat v důsledku jejich nedůvěryhodnosti (například na webových stránkách hockey.sigmagfx.com (2020) jsou uvedeny údaje o návštěvnosti vybraných evropských hokejových lig, které se neshodují s údaji na oficiálních stránkách těchto soutěží).

Mezi hlavní zdroje dat pro druhou část výzkumu lze zařadit oficiální stránky českého hokeje – hokej.cz. Na nich lze najít informace nejen o nejvyšší lize ledního hokeje na území Česka, jiných soutěžích organizovaných ČSLH, ale i mnoho dalších informací o hokeji. Na těchto webových stránkách (v sekci centrum statistik) lze najít charakteristiky analyzované tímto výzkumem. Je zde hodnota návštěvnosti všech týmů hokejové extraligy od sezony 1992/1993 do sezony 2020/2021, ve které se lední hokej v Česku hrál bez fanoušků na stadionech v důsledku pandemie koronaviru, a proto je u všech týmů zaznamenána v příslušné kolonce nula. Návštěvnost týmů je rozdělena podle části sezony. Tento výzkum zkoumá pouze základní část, ve které se objevují

všechny týmy a během které se hraje velké množství zápasů a průměrná hodnota návštěvnosti je statisticky robustní charakteristikou povahy dat o návštěvnosti. K nalezení jsou v této sekci i další hodnocené proměnné jako pořadí týmů v jednotlivých ročnících soutěže, počet oslabení jednotlivých týmů v jednotlivých ročnících soutěže a počet gólů, které padly během zápasů jednotlivých týmů v jednotlivých sezonách.

Další zdroj dat, který zajistil velké množství relevantních informací pro výzkum, byly oficiální webové stránky Českého statistického úřadu – czso.cz. Na nich se mimo jiné nachází časové řady za jednotlivá města, obce s rozšířenou působností (ORP), okresy, kraje i regiony soudržnosti, ze kterých byla zajištěna data o vývoji počtu obyvatel daných jednotek v jednotlivých letech. Na základě údajů ze stránek Českého statistického úřadu byl zkonstruován i ukazatel Pozice sídla ve veřejné správě. Využity byly ale i jiné zdroje, které budou uvedeny při rozboru jednotlivých zdrojů dat využitých při řešení jednotlivých výzkumných otázek. Všechny výzkumné otázky s výjimkou druhé pracují s údaji za návštěvnost extraligy ledního hokeje. Některé od sezony 1993/1994 (první výzkumná otázka), ostatní od sezony 2000/2001. Pro všechny výzkumné otázky jsou údaje o návštěvnosti zajištěny na webových stránkách hokej.cz.

První výzkumná otázka (Jaké události měly vliv na úroveň návštěvnosti extraligy ledního hokeje mezi sezonami 1993/1994 až 2018/2019?) pracuje pouze s daty o návštěvnosti ledního hokeje.

Druhá otázka (Koncentrují se týmy české extraligy ledního hokeje do populačně větších a funkčně významnějších regionů?), prošetřující koncentraci soutěže do populačně větších a funkčně významnějších regionů, pracuje s proměnnými, které nejsou dostupné na webových stránkách českého hokeje. S počtem obyvatel uvedeným na webových stránkách ČSÚ. Údaj o kvalitě života ve městě, převzatý z výzkumu společnosti *Deloitte* (deloitte.com 2018), hodnotící kvalitu života ve městě na základě agregátního ukazatele. Městům výzkum přiřazuje skóre podle pořadí v žebříčku – vyšší hodnoty naznačují nízkou kvalitu života obyvatel ve městě (deloitte.com, 2018). Výzkumná otázka operuje také s proměnnou vytvořenou na základě pozice sídla ve veřejné správě. Týmům z krajských měst je přidělena hodnota ukazatele 3, týmy z okresních měst mají hodnotu 2 a týmy z obcí s rozšířenou působností hodnotu 1. Poslední vyšetřovanou proměnnou v rámci druhé výzkumné otázky je vytvořená proměnná Jiné sportovní týmy. Její hodnota je sestavena podle případného působení jiných profesionálních sportovních týmů ve městě, ve kterém je lokalizovaný tým extraligy

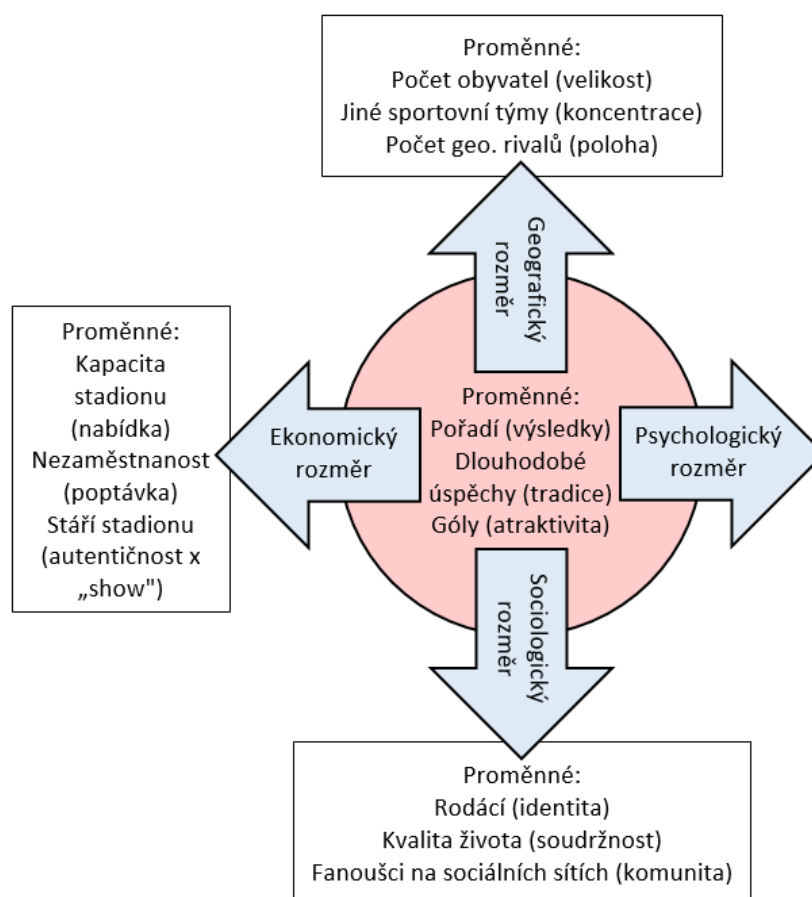
ledního hokeje v dané sezoně. Za přítomnost týmů z nejvyšší fotbalové ligy se hodnota proměnné navyšuje o 3, za týmy z nejvyšší ligy mužského basketbalu, nejvyšší ligy mužského volejbalu, nejvyšší ligy mužského florbalu, druhé nejvyšší ligy mužského ledního hokeje a druhé nejvyšší ligy mužského fotbalu se hodnota proměnné navyšuje o 1. Vyšší váha týmů z nejvyšší mužské fotbalové ligy reflektuje vyšší návštěvnost této ligy v porovnání s ostatními. Práce neakcentuje rozdílné postavení jiných sportů a sportovních týmů v prostoru a čase. Zdrojem pro zajištění informací o účastnících těchto lig byly oficiální webové stránky daných lig, archiv těchto soutěží i e-mailová korespondence se zástupci sportovních lig, u kterých se potřebné údaje nepodařilo zajistit.

Třetí výzkumná otázka (Mají extraligové týmy z populačně větších regionů vyšší návštěvnost na domácích zápasech?), vyšetřující vztah mezi návštěvností a populační velikostí regionu, pracuje s daty o návštěvnosti z webových stránek hokej.cz a s časovými řadami na webových stránkách czso.cz (podrobněji představeny výše v textu).

Čtvrtá výzkumná otázka (Souvisí úroveň agresivity hry týmu s úrovní jeho návštěvnosti v prostředí české extraligy ledního hokeje?) pracuje s informacemi ze sekce Centrum statistik, dostupné na webových stránkách hokej.cz – údaje o úrovni návštěvnosti a údaje o počtu oslabení.

Poslední, pátá, výzkumná otázka (Jaké faktory mají největší vliv na úroveň návštěvnosti české extraligy ledního hokeje?) je analyzována za pomoci dat z různých zdrojů. Vysvětlovaná, závislá proměnná – návštěvnost je opět, jako u předešlých výzkumných otázek, zajištěna z oficiálních webových stránek českého hokeje. Proměnné nezávislé jsou rozděleny do čtyř kategorií – na (ryze) sportovní, geografické, sociologické a ekonomické. *(poznámka: toto rozdělení vychází ze schématu vybraných rozměrů sportovní návštěvnosti a naznačení jejich témat, perspektivy a klíčových slov. Při uvedení jednotlivých proměnných práce schematicky zachycuje jejich strukturu).*

Schéma 11: Vybrané rozměry sportovní návštěvnosti a rozdělení sledovaných proměnných



Zdroj: Vlastní zpracování.

Poznámka: Schéma navazuje na identifikované rozměry sportovní návštěvnosti a zasazuje do jednotlivých rozměrů příslušné analyzované proměnné.

Všechny sportovní proměnné (ve schématu jsou uvedeny uvnitř kruhu) jsou sestaveny na základě dat z webových stránek hokej.cz. Proměnná Pořadí (výsledek) je zastoupena pořadím týmu v dané sezoně po základní části soutěže. Hodnota proměnné Dlouhodobé úspěchy (tradice) je vypočtena následovně. Za každý vyhraný ročník soutěže je danému týmu navýšeno skóre tohoto ukazatele. V návaznosti na předpoklad, že nedávné úspěchy budou mít větší vliv na návštěvnost než ty starší (Arzhilovskiy a Priyatel, 2012), jsou dosaženým titulům za vítězství v lize přiděleny váhy podle toho, před kolika sezonami je tým v lize získal. Titul získaný v poslední sezoně – 5 bodů. Titul získaný v posledních 5 sezonách (kromě poslední) – 4 body. Titul dosažený dříve než před pěti sezonami, ne však déle než před deseti sezonami – 3 body. Titul dosažený dříve než před deseti sezonami, ne však déle než před dvaceti sezonami – 2 body. Ostatní tituly – 1 bod.

Proměnné geografické byly zčásti představeny. Je vyšetřen Počet obyvatel (velikost), Jiné sportovní týmy (koncentrace) a třetí proměnou je vytvořená proměnná Počet geografických rivalů (poloha). Ta byla vypočtena následovně. Týmům, které jsou v dojezdové vzdálenosti 45 minut k jinému týmu z ligy (měřeno centrum města – centrum města, nikoliv stadion – stadion), je přidělena hodnota 1. V případě blízkosti k dalšímu, druhému týmu – přidělena hodnota 2. K dalšímu navýšení dochází podle stejné analogie. Dojezdová vzdálenost byla vyšetřena pomocí webového portálu mapy.cz.

Mezi proměnné se sociologickým rozměrem byly zařazeny následující parametry – Rodáci (identita), Kvalita života (soudržnost) a Fanoušci na sociálních sítích (komunita). Proměnná Rodáci (identita) vyjadřuje podíl rodáků na celkové populaci města. Ten byl zajištěn po e-mailové korespondenci s Českým statistickým úřadem. Výsledky se pojí ke sčítání lidu z roku 2011 a jsou tedy ve všech vytvořených vícenásobných lineárních regresích neměnné. Proměnná Kvalita života byla již představena výše v textu. Data o tomto agregátním ukazateli jsou přejata z výzkumu společnosti Deloitte (deloitte, 2018). Proměnná Fanoušci na sociálních sítích vyjadřuje počet fanoušků oficiálního profilu týmu na Facebooku, sociální síť s nejvíce členy. Informace o počtu fanoušků byly zajištěny pro všechny týmy 8. července 2020.

Ekonomické proměnné vstupující do vícenásobné lineární regrese jsou Nezaměstnanost (poptávka), zajištěna po e-mailové korespondenci s ČSÚ za úroveň ORP, Kapacita stadionu (nabídka) a Stáří stadionu (autentičnost x „show“). Jejich hodnoty jsou zjištěny z webových stránek eliteprospects.com. Elite prospects je celosvětově nejvyužívanější databázi ledního hokeje s více než milionem návštěv webu za týden. V databázi je celkem 784 tisíce hráčů z desítek lig světa (eliteprospects.com, 2020).

Do analýzy vstupuje celkem 24 týmů z 23 měst, do částí sledujících časové období mezi roky 2000 a 2019 vstupuje 22 týmů z 21 měst. Výčet jednotlivých týmů a základní údaje jsou uvedeny v následující tabulce.

Tabulka 2: Týmy, které byly účastníky extraligy ledního hokeje od roku 1993 do roku 2019 a jejich vybraných základních údajů

Název týmu	Město	Rok založení týmu	Název zimního stadionu	Počet sezon v ELH (mezi rokem 1993 a 2020)
HC Slavia Praha	Praha (1.)	1900	Zimní stadion Eden	21
HC Sparta Praha	Praha (2.)	1903	O2 arena	27
VHK ROBE Vsetín	Vsetín	1904	Zimní stadion Na Lapači	13
BK Mladá Boleslav	Mladá Boleslav	1908	ŠKO-Energo Aréna	10
HC Dynamo Pardubice	Pardubice	1923	Enteria Arena	27
Rytíři Kladno	Kladno	1924	ČEZ Arena Kladno	21
Mountfield HK	Hradec Králové	1925	CPP aréna	8
Madeta Motor České Budějovice	České Budějovice	1928	Budvar Arena	19
PSG Berani Zlín	Zlín	1928	Zimní stadion Ludka Čajky	27
HC Vítkovice Ridera	Ostrava	1928	Ostravar Aréna	27
AZ Heimstaden Havířov	Havířov	1928	Gascontrol Aréna	4
HC Škoda Plzeň	Plzeň	1929	LOGSPEED CZ Aréna	27
HC Vajgar Jindřichův Hradec	Jindřichův Hradec	1929	Zimní stadion Jindřichův Hrade	1
HC Oceláři Třinec	Třinec	1929	WERK Arena	25
HC Energie Karlovy Vary	Karlovy Vary	1932	KV Arena	22
Aquotec Orli Znojmo	Znojmo	1933	Zimní stadion Znojmo	10
HC Verva Litvínov	Litvínov	1945	Zimní stadion Ivana Hlinky	27
HC Slezan Opava	Opava	1945	Zimní stadion Opava	3
Piráti Chomutov	Chomutov	1945	Rocknet Aréna	6
HC Kometa Brno	Brno	1953	DRFG Arena	12
HC Olomouc	Olomouc	1955	Zimní stadion Olomouc	10
HC Dukla Jihlava	Jihlava	1956	Horácký zimní stadion	8
Bílí tygři Liberec	Liberec	1956	Home Credit Arena	18
HC Slovan Ústí nad Labem	Ústí nad Labem	1963	Zlatopramen Arena	1

Zdroj: Hokej.cz; vlastní zpracování.

Poznámka: V tabulce jsou i týmy HC Slavia Praha a HC Sparta Praha, které jako jediné působily ve stejném městě, týmy z Jindřichova Hradce a z Ústí nad Labem působily v soutěži jen jednu sezonu. Týmy jsou ještě zachyceny v mapě v příloze znázorňující infrastrukturu zimních stadionů v Česku, která zachycuje všechny zimní stadiony a zvýrazňuje ty extraligové podle počtu sezon daného týmu v nejvyšší lize.

KAPITOLA 4

Výsledky

Kapitola s výsledky výzkumu je rozdělena na dvě podkapitoly, lišící se od sebe cílem, časovým, částečně i tématickým vymezením a metodikou. Spojuje je zájem o lední hokej v Česku, který se vyvíjí jako celek, vyvíjejí se jeho jednotlivé části a jejich propojení a vyvíjí se jeho vztah s prostředím. Ambicí kapitoly je vyšetřit obecné principy v konkrétním prostředí, stejně tak jako najít specifika podmíněná prostorově a povahou výzkumu. Lední hokej lze rozdělit podle mnoha kritérií. Lze ho rozdělit do dílčích území a konkrétních míst, věnovat pozornost jednotlivým ligám nebo hokejovým týmům, zaměřit se na proměny rolí a pozice ledního hokeje, sledovat jednotlivé aktéry v rámci sportovního prostředí či aktéry z vnějšku s vlivem na sportovní prostředí anebo zaštiťující institucionální rámec (rámce), infrastrukturu a podobně. Tato práce se snaží na různé perspektivy a úhly pohledu upozornit.

Kapitola Výsledky se zaměřuje na český hokej nejvyšší úrovně, jeho vývoj, popularitu a návštěvnost. Popisuje geografické podmíněnosti pro lední hokej a pro jeho šíření v Česku. Snaží se identifikovat hlavní události, a to jak z prostředí sportu, tak i z prostředí mimo lední hokej (i mimo hranice Česka či hranice Česka překračující), které měnily charakter ledního hokeje. Představuje Český svaz ledního hokeje, organizaci, která je pro existenci soutěžního ledního hokeje u nás esenciální. Soustředí se na český lední hokej reprezentační úrovně. Tu vnímá jako výsledek (nejen) hokejového prostředí, ale i jako důležitou sílu při spoluformování českého (nejen) hokejového prostředí. Představuje nejvyšší (mužskou, seniorskou) ligu ledního hokeje a souvislosti její

proměny. Zaměřuje se i na představení jednotlivých týmů, které jsou v Česku, nebo byly mezi těmi nejlepšími, snaží se diskutovat, co může vést k získání statutu „tradiční“ tým, hokejové město. Vyšetřuje, proč je někde ELH dlouhodobě a jinde třeba jen na pár sezon. Diskutuje roli (sportovní) identity, „dědičnost“ fanouškovství, nebo efekt novoty stadionu, či týmu. Do hloubky prošetřuje návštěvnost ledního hokeje v Česku, její podmíněnosti různého charakteru a její vývoj.

První podkapitola se soustředí na vývoj ledního hokeje na území Česka v obecné rovině od jeho počátků až po současnost.

Druhá část analyzuje návštěvnost české extraligy ledního hokeje po rozpadu Československa a snaží se nalézt odpovědi na výzkumné otázky.

4.1 Lední hokej v Česku od jeho počátků po současnost

Rámeček 4: Lední hokej a jeho vývoj ve světě

Lední hokej je sport specificky a velkou měrou determinovaný prostředím (Zhang a kol., 1996). Jeho aktivní podoba je ekonomicky náročná (Tomeš, 2012). Tyto skutečnosti limitují prostorové rozšíření hokeje. Lední hokej a jeho charakteristiky se mění v reakci na změny vnějšího prostředí (společenské, nebo třeba technologické).

Dnes je lední hokej sportem světového makroregionu. Ten zahrnuje Severní Ameriku, Rusko, Skandinávské státy, Baltské státy a státy střední Evropy (sportlister.com, 2017). Podle vymezení, které bylo použito v této práci a jehož výstupem je mapa zařazena v příloze, je makroregion doplněn o Nový Zéland, Tchaj-wan, Kyrgyzstán, Kazachstán, Gruzii, Chorvatsko, Bulharsko, Nizozemsko a Francii. Za sto let však vyhrálo Mistrovství světa v ledním hokeji pouze osm států – Rusko (Sovětský svaz), Kanada, Česko (Československo), Švédsko, Finsko, USA a po jednom titulu má Velká Británie a Slovensko (iihf.com, 2020).

Hlavní institucí pro organizaci lední hokeje ve světě je IIHF – Mezinárodní federace ledního hokeje (Gut a Pacina, 1986). Ta sdružuje hokejové svazy jednotlivých států a organizuje týmové i reprezentační soutěže pro muže, ženy, juniory a inline hokejisty (hra lednímu hokeji příbuzná). K roku 2021 sdružovalo IIHF celkem 81 hokejových svazů; 58 z nich dosahovalo plného členství v organizaci (iihf.com, 2021). Mapa s členy je součástí příloh. IIHF sídlí ve švýcarském Curychu a jeho prezidentem je René Fasel (iihf.com, 2021).

Současný hokej se snaží rozšířit do dalších světových regionů (iihf.com, 2020). Snaží se i změnit image ledního hokeje jako sportu agresivního a sportu, ve kterém se objevují „bitky“ hráčů. Pomocí především změn pravidel se snaží hokej zrychlit a zvýšit počet gólů (Kilmer, 2017). Nejlépe placený hokejista světa vydělává 17 milionů dolarů ročně (sportsshow.net, 2020) a zisky Severoamerické ligy NHL jsou ročně v řádu milionů dolarů (statista.com, 2020). Nejen tyto ekonomické údaje vypovídají o silném postavení ledního hokeje v uvedených částech světa.

První bruslaři byli podle výzkumu Formentiho a Minettiho (2007) Skandinávci, kteří se již před tisíci lety na zvířecích kostech pohybovali na zamrzlých plochách. Vynálezci bruslí s kovovými noži jsou Nizozemci. Někteří výzkumníci zasazují původ ledního hokeje právě do Nizozemí. Při argumentaci se opírají o díla slavných malířů vyobrazující hráče na bruslích s holemi v ruce (cornerofgenealogy, 2017). Z Británie pochází bandy hokej (britannica.net, 1998), hra příbuzná lednímu hokeji, s vyšším počtem hráčů a míčkem (bandyinolympics.com, 2018). Zmínky o hokeji v Británii lze nalézt v dobových novinách (thecanadianencyclopedia.ca, 2019) nebo třeba v korespondenci Charlese Darwina (independent.co.uk, 2014). Hokej byl i aktivitou královské rodiny (thecanadianencyclopedia.ca, 2019).

Šíření ledního hokeje v prostoru bylo ovlivněno geografickými a politickými souvislostmi. Lední hokej se z Británie šířil s migranty do Severní Ameriky. V Kanadě se z něj mohla stát díky příhodným geografickým podmínkám sportovní aktivita s dlouhou sezonou. Hokej se v Kanadě při konfrontaci s lokálními sporty proměnil (Vaughn, 1999) a v pozměněné podobě vrátil do Evropy.

V Kanadě se roku 1875 odehrál první zápas ledního hokeje uvnitř stadionu. V Montrealu pořadatele zápasu nahradili míček pukem, aby hráči nezranili diváky (hřiště nebylo ohraničeno mantinely). Tuto událost vnímá Mezinárodní federace ledního hokeje za začátek novodobé historie ledního hokeje (iihf.com, 2008), (poznámka: tento zápas se v důsledku konfliktů mezi hráči nedohrál, Hockey: A people's history, 2012). V roce 1877 byl v Montrealu založen první hokejový tým – Hockey Club of McGill University (birthplaceofhockey.com, 2019).

Impulzů pro rozvoj ledního hokeje lze identifikovat několik. Prvním byla prezentace ledního hokeje jako nového sportu v rámci montrealského karnevalu. Důležitá byla role generálního guvernéra Kanady lorda Stanleyho. Tento fanoušek ledního hokeje vytvořil institucionální prostředí pro lední hokej v Kanadě – organizoval turnaj, který přiváděl nejlepší týmy dohromady. Vliv na vývoj hokeje mělo i rozšíření do prostředí Spojených států. Týmy z USA se snažily přilákat kanadské hokejisty pomocí finančního ohodnocení – lední hokej se zkomercializoval a postupně se stal pro nejlepší hráče profesí (Hockey: A people's history, 2006). Dalším impulzem institucionálního charakteru bylo založení National Hockey Association. Asociace ledního hokeje přišla se standardizací pravidel a organizace ledního hokeje (Koliš a Hašek, 2002).

V roce 1917 byla založena NHL, National Hockey League. Sdružovala čtyři týmy – dva z Montrealu, jeden z Toronta a Ottawy (Charousek, 2013). NHL se postupně rozrůstala až po událost ekonomického charakteru, která ovlivnila mnoho sfér fungování společnosti – Velká hospodářská krize 30. let 20. století. V lize se udrželo pouze šest týmů (McFarlane, 2004). Dnes NHL operuje v celé Severní Americe.

Kanadská podoba ledního hokeje se do Evropy dostala přes Británii a dále se šířila evropskými státy. V roce 1908 v Paříži vznikla, za přítomnosti zástupců z Česka, které bylo součástí rakousko-uherské monarchie, Mezinárodní federace ledního hokeje. V Paříži vznikl také první evropský hokejový klub (Gut a Pacina, 1986). Británie se stala vítězem prvního Mistrovství Evropy v ledním hokeji v roce 1910 organizovaného právě Mezinárodní federací ledního hokeje. Výrazně se lední hokej zpopularizoval po jeho zařazení na letních Olympijských hrách

v roce 1920 v belgických Antverpách (ceskyhokej.cz, 2020). Tato událost výrazně pomohla získat popularitu lednímu hokeji i v Česku.

Lední hokej se hraje v Česku více než sto let a mezi sporty má od počátku silné postavení. Naši hokejisté byli vždy mezi světovou špičkou (Gut a Pacina, 1986). Historie vrcholového českého hokeje je charakterizována střídáním krátkých období velkých úspěchů a výkonnostně slabších pasáží. Celkem Češi vyhráli dvanáct mistrovství světa a olympijské hry v Naganu, 1998 (Lahvička, 2010). Společně s fotbalem je dle sledovanosti v médiích a na stadionech vůbec nejpopulárnějším sportem v Česku (Gut a Pacina, 1986; Duke, 1990; finance.cz, 2019). Toho dosáhnout v zemi, ve které vyrostli světoví rekordmani Zátopek, Šebrle a Železný, rekordmanky Kratochvílová, Špotáková a Sáblíková, fenomenální Čáslavská, či Ledecká, tenisová esa Navrátilová a Lendl a vítězové Zlatého míče Nedvěd a Masopust, není jednoduché.

Historie hokeje v Česku začíná na začátku 20. století. Lední hokej se do území dostal ze západní Evropy. První podobou hokeje v Česku byl tzv. bandy hokej. Vůbec první zápas hokeje kanadského typu se odehrál v Praze mezi týmy Slavia Praha a Bruslařským závodním klubem 6. ledna 1901. První mezinárodní (nikoliv mezistátní) utkání tým Slavie Praha odehrál téhož roku proti týmu Vídeň Training Eisklubu a zvítězil 11:4.

Český svaz hokeyový, jak byla organizace zastupující český lední hokej pojmenována, byl ustanoven v roce 1908. Na jeho založení se domluvili zástupci 12 hokejových klubů. Deset z nich z Prahy a nedalekého okolí, a dále pak tým z Mladé Boleslavi a Vlašimi (cusc.cz, 2020). Koncentrace klubů do hlavního města potvrzuje geograficko-ekonomické principy o koncentraci specifických aktivit do jádrových regionů a šíření inovací (v tomto případě nové sportovní hry) v prostoru. O rok později (1909) se čeští hokejisté účastnili mezinárodního turnaje v Chamonix. Akci byla ve společnosti věnována velká pozornost a hráči se zpět z turnaje vraceli i přes porážky jako sportovní hvězdy. Později se uskutečnil i první domácí šampionát a v roce 1911 tým Čechů dokonce vyhrál druhý ročník evropského šampionátu v Berlíně (ceskyhokej.cz, 2020).

Velkým milníkem pro rozvoj kanadského hokeje byly letní olympijské hry v Antverpách v roce 1920. Hráči bandy hokeje hromadně přecházeli k hokeji kanadského typu, aby měli možnost zažít atmosféru olympijských her (ceskyhokej.cz, 2020). Začalo

se i více objevovat potřebné vybavení k lednímu hokeji, a to nejenom v Praze (ihcpisek.cz, 2020). Během válečného období v Evropě se hokej potýkal s mnoha úskalími. Některé akce se rušily, některé byly poznamenány válečnými konflikty. Na tomto příkladu lze doložit souvislost sportu a politiky. Někdy se hokejové turnaje ani neodehrály kvůli nepřízni přírodních podmínek (hokej.cz, 2020).

V této době stále panovala dominance a koncentrace hokeje v Praze. Nejúspěšnějším týmem té éry byla pražská Slavia, původně studentský sportovní oddíl sdružující týmy různých sportů. Opanovala všechny tři ročníky Mistrovství zemí Koruny české (*poznámka: které organizovala*), (Gut a Pacina, 1986).

Nejstaršími hokejovými týmy na Moravě jsou SK Vsetín a opavský Troppauer EV. SK Vsetín vznikl v roce 1904, ale pravidelně se hokej ve Vsetíně začal hrát až po roce 1938. Opavský klub vznikl v roce 1908 (Müller, 2000). Prvních Mistrovství zemí Koruny české se však neúčastnil. Jiná struktura organizace, způsob vedení hokejových soutěží a pozice sportu ve společnosti nepřály zápasům týmů geograficky vzdálených. Jiné byly také národnostní a politické poměry v území (Troppau je německé označení města Opava, Hosák, 2004). Opavský tým se účastnil německé hokejové soutěže. Z obecné perspektivy byl rozvoj hokeje v prostředí tradičnější společnosti na Moravě pomalejší než v Čechách, nebo dokonce v Praze.

Od poloviny 30. let do konce 40. let zase hokeji vládlo pražské LTC. Ačkoliv tento klub vznikl jako tenisový, na což odkazuje zkratka LTC, Lawn Tennis Club, čili klub tenisu na trávě, největších úspěchů dosáhl jeho tým v hokeji. Vyhrál hned první ročník nejvyšší domácí soutěže v roce 1937. Poté několikrát za sebou titul obhájil (idnes.cz, 2020). LTC dominoval nejen domácí soutěži, ale byl i sedminásobným vítězem Spenglerova poháru (*poznámka: nejtradičnější turnaj hokejové Evropy*), (spenglercup.ch, 2020). Po druhé světové válce a posílení vazeb se Sovětským svazem dokonce roku 1948 hráči LTC Praha odjeli do Moskvy ukázat Rusům, jak se kanadský hokej hraje. Ti totiž zatím hráli pouze bandy hokej, sport lednímu hokeji příbuzný (ceskatelevize.cz, 2012).

Tým LTC Praha se však stal pro režim nepohodlným a prostřednictvím politických procesů s hráči ztratil své postavení. Jedenáct hráčů bylo tehdy nespravedlivě odsouzeno k vysokým trestům odnětí svobody. Největší hvězda týmu brankář Bohumil Modrý, kterému bylo ze strany státu slíbeno povolení k vycestování do Severní Ameriky, byl odsouzen na 15 let (ceskatelevize.cz, 2020). Později klub zanikl (ltc-praha.cz, 2018).

S nástupem komunistického režimu docházelo ke změně v sídelní struktuře a organizaci hokeje na více úrovních. Některé týmy byly režimem přímo podporovány, jiné prostřednictvím politické podpory města, ve kterém působily, či hospodářského podniku ve městě. Sportovní aktivity se staly součástí politické propagandy. Sportovní identita nahrazovala společenské identity pro komunistický režim potencionálně nebezpečné či nevyužitelné a sportovní úspěchy byly nástrojem v souboji komunistické ideologie s ostatními.

Od sezony 1954/1955 do sezony 1965/1966 vyhrávali nejvyšší soutěž s jednou výjimkou pouze hráči Rudé hvězdy Brno, klubu vybudovaného z rozhodnutí ministra národní bezpečnosti Karola Bacílka a napojeného na ministerstvo vnitra. Poté se na dlouhé roky z Brna hokej na úrovni nejvyšší soutěže vytratil, ale díky týmu lidí okolo Libora Zábranského je z brněnského týmu opět obávaný soupeř a v posledních sezonách vždy jeden z favoritů nejvyšší hokejové soutěže (hc-kometa.cz, 2019). S třinácti výhrami v nejvyšší lize ledního hokeje v Česku je historicky nejúspěšnějším týmem (idnes.cz, 2020). Brno je nyní vnímáno jako hokejové město. To je zapříčiněno jak úspěchy hokejového týmu, tak slabší kvalitou týmu fotbalového, který v posledních letech balancuje mezi nejvyšší a druhou nejvyšší českou fotbalovou ligou (fortunaliga.cz, 2021).

Brněnskou hokejovou dominanci vystřídal úspěšné sezony Dukly Jihlava. Tento armádní tým těžil z dovedností mladých hráčů plnících vojenskou službu. Mezi roky 1967 a 1972 vyhrála Dukla všechny tituly. Podobnou sérii zopakovala i mezi lety 1982 až 1985. Po pádu režimu v roce 1989 se úspěšnost týmu začala pomalu vytrácet. Týmu se nepodařilo úspěšně etablovat v nových politicko-ekonomických poměrech panujících ve společnosti a hokeji. Dnes je Jihlava týmem druhé nejvyšší hokejové ligy (hcdukla.cz, 2020).

Dalším klubem ledního hokeje s dlouholetou historií je tým Kladna. Klub vznikl již v roce 1924. První titul nejlepšího českého týmu přišel 35 let poté. Kladno vládlo českému týmovému hokeji od roku 1975 do roku 1980 (kromě sezony 1978/1979, kdy ligu poprvé vyhrál tým ze Slovenska – Slovan Bratislava). Tým nesl jméno Poldi Kladno, odkazující na sponzora kladenského hokeje, státní ocelářský podnik zaměstnávající tisíce lidí ve městě (Seifert a Kovařík, 2013). Při svém zahraničním turné kladenští hokejisté dokonce uspěli v zápasech s týmy z americké NHL a WHA (*poznámka: WHA byla severoamerickou ligou snažící se konkurovat NHL v 70. letech*). Porazili Chicago

Blackhawks a Toronto Maple Leafs, remizovali s týmem New York Rangers a nestačili pouze na Cleveland Barons (Jenšík, 2001).

Další „líhni“ (*poznámka: pojem líheň se používá k označení regionů, ze kterých pochází výrazně nadprůměrný počet profesionálních hráčů, blíže bude představeno níže v textu*) českých hokejistů jsou Pardubice. Pardubický tým od svého postupu do nejvyšší soutěže v roce 1949 nikdy neseštopil. Tohoto úspěchu dosáhl už jen Litvínov. Pardubice dokonce hokejovou ligu šestkrát vyhrály. Třikrát před rokem 1989, třikrát poté. Důvodů, proč je pardubický hokej dlouhodobě mezi nejlepšími, lze najít několik. Lední hokej je v tomto městě s více než 90 tisíci obyvateli (czso.cz, 2021) dlouhodobě dominantním sportem. Fotbalový klub nikdy nepatřil k těm nejlepším. Jeho postup do nejvyšší fotbalové ligy po sezoně 2019/2020 je historickým úspěchem (fortunliga.cz, 2021). Pardubický zimní stadion je dlouhodobě jedním z nejnavštěvovanějších, a to bez ohledu na aktuální formu týmu (Lahvička, 2010). Fotbalový stadion nedisponuje ani poloviční kapacitou, která je průměrně naplněna na zápasech pardubického hokejového týmu (fkpardubice.cz, 2021). Z Pardubic pochází mnoho slavných hráčů, hokej má v Pardubicích velkou tradici – daleko větší než třeba v blízkém Hradci Králové, odkud nejlepší hráči přecházeli často právě do geograficky blízkých Pardubic. Prostředí pardubického hokeje má úzké vztahy (nejen ekonomické) s městem a kvalitní zázemí – kvalitní arénu, ale i infrastrukturu měkkou – kvalitní trenéry, dobrou pozici v českém hokeji a podobně (hcdynamo.cz, 2020).

Již zmíněný Litvínov sice čekal na svůj první mistrovský titul až do sezony 2014/2015, kdy tým okolo Pavla Francouze porazil favorizovaný Třinec, ale je považovaný za jedno z nejvíce tradičních „hokejových měst“ Česka (Gut a Pacina, 1986; Lahvička, 2010). Těmi jsou podle výzkumu Lahvičky (2010) Litvínov, Jihlava, Pardubice a Písek. Šichan (2011) ve své diplomové práci přepočítává počet profesionálních hráčů na populační velikost jejich rodiště (*poznámka: na úrovni ORP*). Nejvyšší podíl zaznamenal při použití této metody u Jihlavy, Litvínova (ORP Most), Kladna, Pardubic a Písku. Tomeš (2012) zase vnímá jako „hokejová města“ Litvínov, Kladno a Prahu. Mičuda (2016) se ve své akademické práci snažil identifikovat světové regiony, ve kterých má lední hokej nejsilnější pozici. Pro tento cíl použil statistiku počtu profesionálních hráčů v poměru na 10 000 mužů regionu. Při použití této metody identifikoval jako nejvíce hokejový region kanadský Saskatchewan. V oblasti, kde není žádný hokejový klub z NHL, se najde několik obcí, ve kterých je podíl profesionálních

hráčů na 10 000 mužů vyšší než 100. Tou nejvíce hokejovou obcí je ale podle Mičudy (2016) švýcarské Quinto. Tisícová obec v Alpách vychovala více než 100 profesionálních hokejistů (Mičuda, 2016).

Obce, ve kterých se hraje nejvyšší česká hokejová liga, jsou z pravidla centry regionů. Většina z nich je městy krajskými. Litvínov je společně s Třincem neokresní město, vůbec nejmenší město co do počtu obyvatel, kde se nejvyšší hokejová liga v Česku hraje (czso.cz, 2020). S počtem obyvatel přes 23 tisíc (czso.cz, 2021) je průměrná návštěva na domácích zápasech od sezony 2005/2006 neklesá pod čtyři tisíce výrazným podílem na městské populaci (*poznámka: ne všichni diváci jsou z tohoto města*).

Při výčtu tradičních hokejových klubů je potřeba uvést Spartu. Tento pražský tým je jedním z vůbec nejstarších. Vznikl v roce 1903. Od roku 1932 hrál na pražském stadionu Štvanice, ale v průběhu let několikrát změnil svou infrastrukturu, zázemí. Štvanický stadion si Sparta pronajímala spolu s jinými pražskými týmy. Po sestupu v roce 1950 už v nejvyšší lize nikdy nechyběla. V té době se klub jmenoval Spartak Praha Sokolovo. Sparta se od roku 1962 stěhovala do arény v Holešovicích. Na první zápas do Holešovic proti Brnu přišlo 18,5 tisíce diváků. Po dlouhém čekání vybojovala pohár pro vítěze ligy v roce 1990. Byl to první titul po konci komunistického režimu v Československu. V roce 1993 zase vyhráli Spartaňané poslední Československý titul. V roce 1994 pak přišla další neobvyklá událost, a to sice derby pražských S (*poznámka: pojmenování utkání mezi pražskou Spartou a Slavií*) v rámci nejvyšší hokejové ligy. Konalo se po 57 letech. Zatímco Sparta je mezi extraligovými kluby stále, Slavia soupeří s týmy opět v nižších ligách. Stejně tak jako šestinásobný vítěz ligy Vsetín.

Ten se Spartou soupeřil o titul nejlepšího klubu Česka v letech, kdy čeští reprezentanti zvítězili na Olympijských hrách v Naganu v roce 1998 (historiehokeje.cz, 2018) a třikrát za sebou vyhráli mistrovství světa v hokeji (1999, 2000 a 2001). Blízké napojení vsetínského hokeje na soukromého investora byl jedním z důvodů úspěchů tohoto týmu z valašského středně velkého města na přelomu tisíciletí a byl také jedním z důvodů jeho konce mezi hokejovou elitou. S vlastníkem klubu bylo zahájeno trestní stíhání za podezření na zpronevěru peněz. Nejvyšší ligu Vsetín opustil po vyloučení v roce 2007 (hokej.cz, 2020).

Dalším týmem s více než jedním titulem jsou ostravské Vítkovice, pojmenované podle bývalého samostatného města, dnes městského obvodu Ostravy. I ostravský tým je pravidelným účastníkem nejvyšší ligy.

Jediný slovenský tým, který během existence Československé hokejové ligy (1936–1993) vyhrál více než jeden titul, byl tým VSŽ Košice. Oceláři z Košic, jak se týmu přezdívalo ve vztahu k jejich hlavnímu sponzorovi, ligu vyhráli v roce 1986 a 1988. V jejich sestavě zářil Peter Bondra, slovenská hokejová legenda (hckosice.sk, 2020).

Dalšími dvojitými vítězi ligy jsou Zlín, pražská Slavia a Třinec. Třinec je výrazně sponzorován Třineckými železárnami a v posledních sezonách je vždy jedním z aspirantů na nejvyšší příčky. Napojení železářského průmyslového podniku a hokeje je tedy opakujícím jevem u českých hokejových týmů na nejvyšší úrovni. Úspěšný je v současnosti také Liberec, který k titulu z roku 2016 přidal další ze zkrácené sezony 2019/2020, a je tak posledním vícenásobným vítězem ligy (hokej.cz, 2020).

Systém soutěží pořádaných na území Česka se v průběhu času měnil. Bylo tomu tak v reakcích na okolní podmínky i na změny hry jako takové. První hokejová soutěž se na území Česka poprvé hrála v roce 1909 (Gut a Pacina, 1986). V průběhu své existence prošla v mnoha ohledech řadou změn. Několik sezon se dokonce neodehrálo, nebo bylo přerušeno. Následující odstavce představují historii nejvyšší soutěže na území Česka. Představují vnitřní i vnější souvislosti jejího vývoje. Tyto souvislosti by mohly být rozděleny podle jejich příčiny na sportovní (například výsledky národního týmu), politické (například změna státního zřízení), ekonomické (například ekonomické transformace a krize) a společenské (například konzumerismus). Tyto jednotlivé příčiny lze identifikovat v různých měřítkových úrovních. Také se vzájemně ovlivňují. Rozebrány jsou změny systému soutěže, územní vymezení ligy a podobně.

Soutěž z roku 1909 byla pouhým turnajem. Nebyla dlouhodobým, celoročním soupeřením týmů. V té době byl hokej výrazněji závislý na přírodních podmínkách a dlouhodobá soutěž nebyla možná. V roce 1910 se dokonce nehrálo vůbec. Poté byla soutěž přerušena první světovou válkou. O olympijských hrách v roce 1920 a významu této akce pro vývoj kanadského hokeje v Česku se práce zmiňuje v textu výše.

Na pražské Štvanici, prvním českém zimním stadionu (isport.blesk.cz, 2011), proběhlo mezi světovými válkami i první domácí mistrovství světa. Stalo se tak v roce 1933. Kanada a USA získaly zlato a stříbro a bronz vybojovalo Československo, když v posledním zápase porazilo Rakousko (historiehokeje.cz, 2018).

Čtyři roky poté začal vůbec první ročník nejvyšší domácí ligové soutěže. Již se nejednalo o jednorázový turnaj jako dříve. Organizaci soutěže měl na starost český hokejový svaz, ne jako v letech 1909, 1911 a 1912, kdy za organizací turnaje stály

samotné kluby. Český hokejový svaz je za nejvyšší ligu na území Česka zodpovědný dodnes. Během druhé světové války, vyjma ročníku 1945, domácí soutěž stále probíhala. Necelé dva roky po skončení druhé světové války (1947) hostil stadion na Štvanici další, již třetí světový šampionát. A ten se domácím vydařil maximálně. Českoslovenští hokejisté vyhráli a stali se tak poprvé mistry světa. Domácí soutěž se pak nepřetržitě hrála až do sezony 2019/2020. Ta byla ukončena po základní části z důvodu pandemie koronaviru.

Měnilo se i území, ve kterém se o nejlepším týmu ledního hokeje v Česku rozhodovalo. To vždy reagovalo na politickou situaci. Nejprve se hrávala mistrovství zemí Koruny české. Ta se datují do doby, kdy bylo území Česka součástí Rakouska- Uherska. Těchto turnajů se postupně zúčastnilo sedm, devět a deset družstev. Všechny z nich pouze z Prahy. Od roku 1936 se nejvyšší liga jmenovala Československá hokejová liga. Během druhé světové války se na území Protektorátu Čechy a Morava hrála takzvaná Českomoravská liga. Na území Slovenska zase Slovenská liga. Českomoravská liga se nejprve hrála v rámci jednotlivých žup (*poznámka: územních celků*), vítězové se poté utkali ve finálovém turnaji. Od sezony 1941/1942 byl turnaj hraný mezi šesti týmy. Pět z nich z předešlé sezony bylo vždy doplněno o jeden tým, který vyhrál Svazový pohár. Po jednoroční pauze v roce 1945 byla soutěž obnovena. Územně se rozšířila, počet jejích zápasů narostl. Po těchto změnách byla ve sportovním prostředí poptávka a byly umožněny výstavbou dalších zimních stadionů snižující závislost ledního hokeje na počasí. Počet účastníků se pomalu ustálil na deset, respektive dvanáct. Většina z nich byla z Čech.

V roce 1959 se v Československu konal světový šampionát. Poprvé se jeho konání rozdělilo mezi více měst. Všechny z vybraných stadionů dosahovaly během zápasů vysoké návštěvnosti a z této organizace se stal precedent pro budoucí šampionáty (historiehojeje.cz, 2018).

Od sezony 1965/1966 se začala liga hrát systémem, při kterém všechny týmy hrají čtyři vzájemné zápasy. V sezonách 1970/1971 a 1972/1973 se dokonce zkoušel systém play off. V letech 1980, 1981 a 1982 se všechny zápasy končící po šedesáti minutách nerozhodně dohrávaly v prodloužení, popřípadě systémem nájezdů, s cílem zvýšit atraktivitu soutěže (Duke, 1990).

V 90. letech se pohybovala úroveň návštěvnosti ligy ve většině klubů okolo 5 tisíc diváků na zápas. Nejaktivnější v tomto směru byli fanoušci Sparty. Průměrná návštěva

v Holešovické aréně se pohybovala okolo devíti tisíc diváků (hokej.cz, 2020). Po celou tuto dobu, až do pádu komunistického režimu se v rámci české ligy utkávali téměř všichni nejlepší hráči. Legální emigrace do západních států byla limitována, a proto nejvyšší liga kumulovala téměř všechny talenty Československa (Duke, 1990). Došlo k plošné komercializaci a profesionalizaci hokeje (i fotbalu). Velkou změnou pro nejvyšší ligu byl od sezony 1985/1986 trvající systém play off po vzoru NHL, který úspěšně navýšil počet diváků (Duke, 1990).

V roce 1989 byla odstraněna velká část bariér pohybu obyvatel do okolních států. Mnoho hráčů se vydalo hrát hokej do zahraničí. Rok poté, v sezoně 1990/1991, došlo k další změně počtu mužstev v lize. Liga se rozšířila na čtrnáct týmů. Tato sezona byla také specifická pouze dvoukolový play off. V jiných ročnících se hrála vždy kola tři. Další změna přišla v následující sezoně, kdy byly týmy rozděleny do dvou skupin. To se ale neosvědčilo, změna organizace nepřinesla navýšení zájmu o ligu ze strany veřejnosti. Od další sezony se liga vrátila k předešlému systému. Další z kategorie systémových změn byly změny vyvolané zánikem Československa. Od roku 1993 tak, stejně jako během druhé světové války, vznikly samostatné hokejové ligy v Česku a na Slovensku (Gut a Pacina, 1986). V Česku ELH a ligy na nižší výkonnostní úrovni. Na Slovensku SVK extraliga v ľadovom hokeji.

V prvním ročníku měla česká extraliga 12 týmů. Jedním z nich byl třeba i Jindřichův Hradec, který dnes startuje pouze v rámci krajské soutěže (hokej.cz, 2020). Od ročníku 1995/1996 došlo k opětovnému rozšíření extraligy na 14 týmů. A od sezony následující v rámci základní části každý tým čekalo celkem 52 utkání. S výjimkou sezony 1997/1998, kdy se jeden jediný zápas neodehrál (respektive nebyl započten do výsledků), je po celou dobu soutěž, co do počtu týmů a zápasů v základní části sezony, stejná (hokej.cz, 2020).

Ročníky, které svým způsobem vybočovaly z normálního průběhu, jsou ročníky 2004/2005, 2010/2011 a 2012/2013. Výjimečnost ročníku v sezonách 2004/2005 a 2012/2013 byla zapříčiněna vnějšími hokejovými okolnostmi.

V ročníku 2004/2005 se nedohodli zástupci vedení severoamerické NHL v čele s komisařem Gary Bettmanem se zástupci hráčské asociace NHLPA na přerozdělení zisků (nhl.cz, 2020). Výše platu hráčů byla od další sezony „zastropována“. Stalo se tak poprvé v moderní historii kolektivních sportů.

Ostatním hokejovým ligám v Severní Americe vzrostla v té sezoně návštěvnost (Paul, Weinbach a Riccardi, 2019). Přes závěry některých predikcí neklesla atraktivita NHL v následujících sezonách (Treber, Mulcahy a Sharma, 2016). Problém se ale opakoval v sezoně 2012/2013, kdy opět nedošlo ke shodě dotčených subjektů na podmínkách startu soutěže v řádném termínu. Tato sezona NHL se v Severní Americe nakonec ve zkrácené podobě odehrála. Pro hokejovou Evropu to ale v obou případech znamenalo návrat hokejových hvězd.

I do Česka se vydali hráči z NHL. Především tuzemské hvězdy v čele s Jaromírem Jágrem. Například v Pardubicích hrál v sezoně 2004/2005 Milan Hejduk s Alešem Hemským, v Plzni Martin Straka, za Spartu David Výborný nebo Petr Nedvěd. Petr Čajánek startoval za Zlín, k Jágrově Kladnu se připojil Martin Procházka, František a Tomáš Kaberle, pražskou Slavii posílil Slovák Žigmund Pálffy a za rodný Litvínov hrál jak Jiří Šlégr, tak i Martin Ručinský. Ve Znojmě zase vynikal Patrik Eliáš, Martinové Erat a Havlát i brankář Tomáš Vokoun. V první lize se rozhodli pomáhat svému mateřskému klubu ve snažení o postup zpět do nejvyšší hokejové ligy Václav Prospal, Radek Dvořák a Jiří Turek (nhl.cz, 2020, hokej.cz, 2020). Tento výčet hráčů je jen zlomkem všech, kteří byli k vidění v české extralize v sezoně 2004/2005. V sezoně předešlé (2003/2004) nastoupilo v NHL celkem 74 Čechů (nhl.com, 2020). Od angažování těchto hráčů týmy očekávaly zlepšení sportovních výkonů týmů i zvýšení návštěvnosti. Druhý efekt se v mnoha případech prokazatelně dostavil. Sezona, při které v českých ligách působili hráči z NHL, byla divácky nadprůměrná (hokej.cz, 2021).

V sezoně 2012/2013 se již zpět na starý kontinent, konkrétně do české ligy, tolik hráčů nevrátilo. Přesto hvězdy NHL opět přilákaly na stadiony zvýšený počet diváků (hokej.cz, 2021).

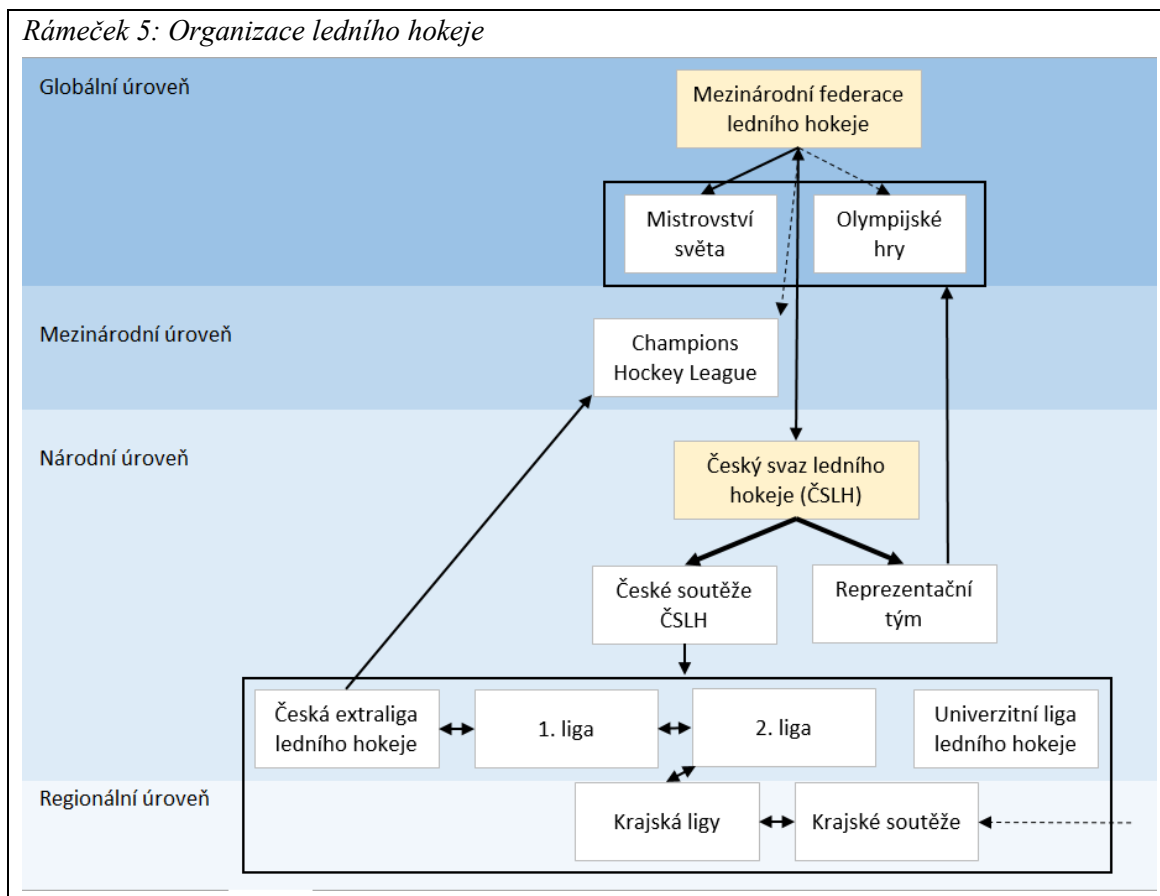
V sezoně 2004/2005 navýšili hráči z NHL průměrnou návštěvnost extraligy zhruba o šestinou ze 4 209 na 4 999 diváků. V sezoně 2012/2013 tým z Kladna, vlastněný Jaromírem Jágrem, dokonce některé zápasy z důvodu enormního zájmu odehrál v Praze, v O2 areně. V té zápasy může sledovat až téměř 18 tisíců diváků (idnes.cz, 2012). Efekt angažování vlastního majitele a dalších hvězd je patrný při pohledu na údaje o návštěvnosti Kladna z této sezony. Zatímco v sezoně 2011/2012 byla průměrná domácí návštěva na kladenské Rytíře 2 658 diváků a na venkovních zápasech 4 850 diváků, o rok později s Jágrem v sestavě to bylo 5 597 diváků při zápasech domácích a 7 194 při zápasech venkovních. Vliv na návštěvnost domácích zápasů byl tedy výrazně vyšší než

na zápasech venkovních. Návštěvnost na domácích zápasech oproti návštěvnosti z minulé sezony se více než zdvojnásobila. V té sezoně stačilo Jágrovi 34 zápasů k zapsání 57 kanadských bodů (*poznámka: bodů za počet gólů a asistencí*) a třetí pozici v bodování celé ligy (hokej.cz, 2020).

Sezona 2010/2011 byla zase poznamenána jednou z největších kauz nejvyšší české hokejové ligy. Pro nesrovnalosti při registraci hráčů byly třem týmům odečteny body – Kladno přišlo o 6, Plzeň o 19 a Mladá Boleslav o 22 bodů (idnes.cz, 2010).

Současný systém Tipsport extraligy ledního hokeje, což je současný název soutěže ovlivněný sponzorem ligy, firmou Tipsport, jejíž zisky plynou částečně ze sázek na sport, je následující – 52 kol zápasů mezi 14 týmy. Sezona se hraje od září do března (Lahvička, 2010). Všechny týmy hrají mezi sebou čtyři zápasy. Dva na domácím hřišti, dva na hřišti soupeře. Celkem je v základní části soutěže odehráno 364 zápasů. Po základní části následuje pro bodově nejúspěšnější z týmů soutěžení o titul (předkolo play off a play off). Ostatní týmy soutěží o udržení v soutěži (zápasy o umístění a baráž). Myšlenka těchto speciálních, závěrečných částí sezony je stejná – zatraktivnit soutěž a přilákat k ní více pozornosti ze strany společnosti (Jennet, 1984; Lahvička, 2010).

Schéma 12: Organizace ledního hokeje na různých měřítkových úrovních, příklad Česka



Zdroj: Vlastní zpracování.

Poznámka: V systému ledního hokeje jako celku má v Česku dominantní postavení ČSLH. Ten má vliv především na lední hokej vyšší výkonnostní úrovně. Vytváří podmínky pro české reprezentační výběry, ať už mužské, ženské nebo juniorské, a organizuje vybrané hokejové soutěže. Ligou nejvyšší je extraliga ledního hokeje. Následuje první liga ledního hokeje a poté druhá liga, která je již organizovaná do tří skupin podle geografické polohy účastníků. Následují krajské ligy a soutěže (organizované na úrovni krajů). Mimo tento systém soutěží seniorského mužského hokeje stojí Univerzitní liga ledního hokeje. Ostatní soutěže jsou vzájemně propojeny systémem vstupů do soutěže (krajská soutěž), sestupů z dané výkonnostní úrovně a postupů do úrovně výkonnostně vyšší. Vybrané týmy z extraligy a reprezentační výběry reprezentují český hokej v mezinárodních a globálních soutěžích, a to jak týmových (například Champions Hockey League), tak reprezentačních (například mistrovství světa nebo olympijské hry). Tyto mezinárodní a globální soutěže jsou často organizovány (mistrovství světa), nebo spoluorganizovány (olympijský turnaj v ledním hokeji a Champions Hockey League).

Play off se hraje s předkolem play off od roku 2007. Pro týmy, které skončily na devátém a desátém místě po základní části soutěže, do roku 2007 soutěž nepokračovala. Od sezony 2006/2007 tyto týmy soupeří s týmy ze sedmé a osmé příčky o dvě místa v následném play off. Předkolo se hraje na tři vítězné zápasy (tým, který jako první dosáhne vítězství ve třech zápasech, postupuje). Play off, které následuje, se hraje na čtyři vítězné zápasy. Série zápasů začíná v předkole play off i play off na domácím ledě v tabulce výše postaveného týmu (hokej.cz, 2020).

Týmy, nacházející se po základní části na 11.–14. místě, hrají o celkové umístění. Tato část soutěže se hraje dvoukolově (každý tým hraje s ostatními na domácím hřišti a hřišti soupeře). Dva týmy s nejnižším ziskem bodů poté sestupují do baráže. Tam soupeří s nejlepšími kluby z druhé nejvyšší ligy. Opět hrají týmy každý s každým na domácím hřišti a hřišti soupeře. Nejméně úspěšné dva týmy sestupují (či zůstávají) v druhé nejvyšší lize (ceskyhokej.cz, 2020).

Za výhru v zápase mimo předkolo play off a play off tým získává 3 body, za prohru žádný. Při výhře dosažené po šedesáti minutách dostávají týmy dva body (v prodloužení, či v nájezdech), ve stejném případě ale při porážce nebo po prohře v nájezdech získávají bod jeden (ceskyhokej, 2020). Výsledky a podrobnější statistiky jednotlivých částí sezon jsou veřejně dostupné na oficiálních webových stránkách českého hokeje (hokej.cz).

Soutěž mění svůj charakter podle fáze ligy (Lahvička, 2010; Douvis, 2014). Zápasy play off a zápasy základní části jsou rozdílné. Jsou rozdílné na ledě i mimo něj. Jiná je někdy i motivace fanoušků pro návštěvu zimního stadionu (Paul, 2003). Proto velké

množství výzkumů z různých prostředí o návštěvnosti ledního hokeje pracuje jen s jednou částí sezony (Suominen, 2009; Arzhilovskiy a Priyatel 2012; Paul, Weinbach a Riccardi, 2019). Další výzkumy zase nerozlišují mezi návštěvností během základní části soutěže a mezi návštěvností na play off a rozdíly přehlíží (Provenzano, 2010).

Česká hokejová extraliga je co do absolutního počtu diváků na stadionech jednoznačně nejnavštěvovanější sportovní ligou v Česku (Tomeš, 2012; finance.cz, 2019). Celosvětově ji v tomto ohledu, ovšem s průměrnými hodnotami za jednotlivé zápasy, patří sedmé místo mezi hokejovými ligami (espn.com, 2010). Lední hokej v Česku je velmi populárním sportem.

Vysoká návštěvnost na zápasech týmu ukazuje mimo jiné na zájem o sport v oblasti. Nezaznamenávají ji jen české týmy z nejvyšší soutěže. Českobudějovický Motor je dokonce 44. nejnavštěvovanějším hokejovým týmem v Evropě. Na hokej tam průměrně chodí 5 700 diváků (iihf.com, 2019).

Český hokej je více než jen tuzemská hokejová liga. Ti nejlepší Češi září v kanadsko-americké NHL a hokejem vydělávají miliony dolarů (spotrac.com, 2020). I v nejlepší evropské lize s těžištěm v Rusku, KHL, působí několik českých zástupců. Česko uspořádalo historicky vůbec nejnavštěvovanější mistrovství světa v hokeji. V roce 2015 v Praze a Ostravě do ochozů přišlo celkem 742 tisíc fanoušků a průměrná sportovní návštěva na zápasech se přiblížila ke 12 tisícům diváků (ceskyhokej.cz, 2020). V sezoně 2015/2016 proběhly v Brně, které se v roce 2009 vrátilo po dlouhé době mezi města s týmem v elitní hokejové soutěži, Hokejové hry. Akce, která umožnila divákům zažít atmosféru ledního hokeje pod širým nebem. Vedle zápasů, které se odehrály mezi extraligovými týmy, si v rámci akce zahráli i studenti vysokých škol. Na jejich zápas přišlo do ochozů téměř osm tisíc diváků (brnensky.denik.cz, 2016). V roce 2020 týmy Sparty a Litvínova sehrály zápas mimo území Česka. V Drážďanech pod širým nebem sledovalo jejich utkání 32 tisíc diváků (idnes.cz, 2020). Dokonce i mistrovství světa v para hokeji, obdoby ledního hokeje pro handicapované, které se odehrálo v roce 2019 v Ostravě, upoutalo mnoho mediální a společenské pozornosti. Zápasy Čechů proti Američanům a Korejcům sledovalo v rámci tohoto mistrovství v Ostrava aréně 8 600 diváků (*poznámka: to byla pro turnaj nejvyšší možná kapacita stadionu, hokej.cz, 2019; cusc.cz, 2020*). V roce 2020 se v Ostravě a Třinci představili hráči juniorských reprezentací před několikatisícovými návštěvy (IDNES.CZ, 2020).

Jednotlivé události a procesy v textu identifikované jako podmíněnosti ovlivňující soutěž a s předpokládaným vlivem na návštěvnost ledního hokeje (extraligy ledního hokeje) v Česku v posledních 35 letech jsou vizualizovány v časové ose.

Časová osa 1: Události a procesy, které ovlivnily návštěvnost české extraligy od roku 1985 po současnost



Zdroj: Vlastní zpracování.

4.2 Návštěvnost extraligy ledního hokeje v Česku v letech 1993–2019

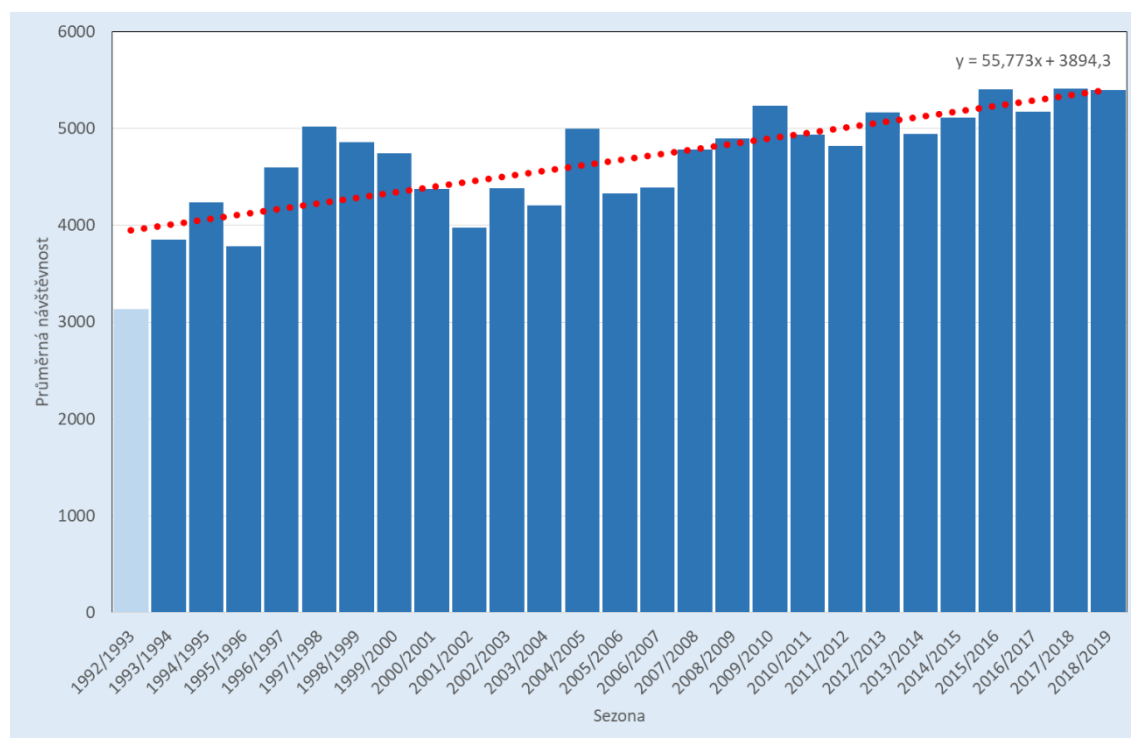
Před uvedením a diskuzí výsledků analýzy je nezbytné upozornit na okolnosti této části výzkumu. Výzkumné otázky jsou prošetřeny pomocí statistické analýzy dat. Tato metoda se snaží o objektivní poznání. Během ní se však ztrácí část informace, jak již bylo uvedeno (Pavlík a kol., 2000). Použitá data jsou sekundární. Jejich pravost byla namátkově vyšetřena a použitá data pochází z důvěryhodných zdrojů.

Zvoleným sportem je lední hokej, sledovanou ligou extraliga, analýza vyšetřuje návštěvnost jako ukazatel popularity sportu a zabývá se časovým obdobím mezi lety 1993 a 2019.

Extraliga ledního hokeje je soutěž, která se koná pravidelně, a její institucionální zarámování je relativně stálé. V prostředí Česka je nejstabilnější ligou v různých aspektech – popularita, organizace, herní systém a podobně (hokej.cz). Ale na její povahu však mají vliv i jednotlivé události, (ty mohou vycházet ze systému ligy či z vnějšího prostředí, mohou vycházet z prostředí ledního hokeje či nehokejového prostředí). Události se pojí k různým měřítkovým úrovním (některé ovlivňují jednotlivé týmy, jiné celou ligu). Výsledky podléhají subjektivnímu pohledu výzkumníka, který je mimo jiné ovlivněn dostupností informací. Ty často reflektují události sportovní a ekonomické, které je jednoduché identifikovat, a dají se snadno uchopit.

Diskuze nad první výzkumnou otázkou (Jaké události měly vliv na úroveň návštěvnosti extraligy ledního hokeje mezi sezonami 1993/1994 až 2018/2019?) byla naznačena v předešlé podkapitole. Tato část potencionální podmíněnosti dává do souvislostí s daty výsledky deskriptivní statistiky. Při diskuzi podmíněností s vlivem na úroveň návštěvnosti postupuje text chronologicky od nejstarších událostí po nejnovější. Pro lepší orientaci v argumentaci je v textu umístěn graf, který je hlavním výstupem pro vyšetření první výzkumné otázky. V grafu je vynesena průměrná návštěvnost extraligy ledního hokeje ve sledovaném období a graf doplňuje lineární rovnice kvantifikující trend návštěvnosti vyšetřované soutěže.

Graf 1: Úroveň návštěvnosti české extraligy v jednotlivých sezonách od sezony 1992/1993 do sezony 2018/2019



Zdroj: Hokej.cz; vlastní zpracování.

Poznámka: V grafu se objevuje i sezona 1992/1993, kterou analýza uvádí k uvedení výsledků do kontextu (označena jiným odstínem modré), sezona není diskutována. Součástí grafu je i rovnice vyjadřující trend. Návštěvnost je i zanesena za jednotlivé týmy (města) v mapě v příloze.

Návštěvnost extraligy ledního hokeje roste. Výsledky korespondují s obecnými principy vzrůstající návštěvnosti na sportovních akcích (Gelná, 2012). Prostředí profesionálního sportu se snaží zatraktivnit sportovní akce. Pro dosažení tohoto cíle využívá vědecké a technologické poznatky (Bale, 2003). Sportovní utkání není o samotném výsledku zápasu, ale o celkovém zážitku, o celé „show“ (Zhang a kol., 2001). Sport získává nové role. Je celosvětově přijímanou apolitickou hodnotou, sport je prostředkem ke kvalitnímu životu a životním stylem (Smart, 2007). Konzumní společnost vnímá sport jako produkt, po kterém touží (Kůsová, Špačková a Pospíšilová, 2017). Ekonomický růst umožňuje stále více lidem navštívit sportovní akce (Tomeš, 2012). Obecně lze říci, že většina podmíněností pro návštěvnost extraligy ve vybraném období pochází z prostředí ledního hokeje, a to jak v rámci studované soutěže, tak i mimo ni. Velký vliv mají i ekonomičtí aktéři, ať se jedná o firmy či konkrétní podnikatele (Hlaváč, 2011). Rozhodnutí v prostředí ledního hokeje jsou často ovlivněna ekonomickými aspekty, převládá důraz na ekonomický rozměr hokeje (*poznámka: v moderním sportu běžné*), (Bale, 2003).

Při hledání podmíněností se výzkum soustředí nejen na maxima a minima průměrných návštěv, ale snaží se přiblížit různé aspekty s vlivem na návštěvnost a nalézt obecné i výjimečné principy.

Sezona 1994/1995 byla sezonou divácky nadprůměrnou. Byla sezonou, ve které přišel do soutěže tým ze Vsetína. Hokej v tomto malém městě, v porovnání s ostatními v lize, byl spojen s tradiční místní firmou Dadák, vyrábějící kávu (hc-vsetin.cz, 2020). Vsetínu se povedlo hned při svém debutu v soutěži vyhrát titul. Tento ve sportu neobvyklý úspěch mohl být aspektem, který přilákal pozornost i té části společnosti, která by „běžně“ o ligový lední hokej neměla zájem.

V sezoně 1995/1996 zaznamenala soutěž vůbec nejnižší průměrnou návštěvnost (3 783 diváků). Došlo v ní ke změně institucionálního charakteru extraligy. Počet týmů v soutěži se navýšil ze dvanácti na čtrnáct. Snížil se počet zápasů (ze 44 na 40). Týmy hrály dvoukolově každý s každým, poté podle toho, zda byly na sudých či lichých pozicích v pořadí. Tento systém nijak neakcentoval geografii (hokej.cz, 2021).

V sezoně 1996/1997 došlo k výraznému nárůstu průměrné návštěvnosti. Změnil se systém celé soutěže. Zvýšil se počet zápasů (hokej.cz, 2021), takže se úroveň návštěvnosti navýšila nejen z hlediska jejího průměru, ale i absolutních čísel vyjadřujících návštěvnost během sezony. Návštěvnost také výrazně vzrostla u některých konkrétních týmů z populačně velkých a hokejově tradičních regionů (disponují stadiony s vysokou kapacitou) – ostravské Vítkovice návštěvnost navýšily zlepšenými výkony a v Plzni (nárůst z 3,5 tisíc na 6,2 tisíc diváků) a Pardubicích (nárůst z 2,5 tisíc na 7 tisíc diváků) byla stimulem změna organizace klubu a příchod nových sponzorů (hokej.cz, 2002).

V kontextu znalostí o českém hokeji na reprezentační úrovni nemusí být snadno pochopitelné soustavné snižování návštěvnosti extraligy mezi sezonami 1997/1998 až po sezonu 2001/2002. Toto období je obdobím, ve kterém český národní tým vyhrál olympijské hry v Naganu (1998) a třikrát za sebou mistrovství světa (1999, 2000, 2001). Důvodů, které mohou objasnit tento trend, může být ale diskutováno hned několik. Vztah mezi ledním hokejem na ligové úrovni a reprezentační úrovni nemusí být silný. Během mistrovství světa je identita hokejového fanouška v Česku často rozpoznatelná (Burdová, 2018). Většina z těchto lidí ale o ligovou úroveň ledního hokeje zájem neprojevuje. Rozdíly může dokládat i složení týmu, který olympijské hry vyhrál. Na soupisce týmu bylo pouze 7 hráčů z extraligy (hokej.wz.cz, 2021). Důvody lze hledat také v prostředí ligy, kde byl výsledkově dominantní Vsetín, který vyhrál ligu pětikrát v řadě.

Diváci podle některých výzkumů (Bale, 2003) ztrácí zájem o sledování ligy, která není dostatečně vyrovnaná. Vsetín je navíc menší město, a i v sezonách, které vyhrával, nenavštěvovalo jeho utkání více než pět tisíc diváků.

Do soutěže vstoupil tým Havířova, který od začátku svého působení zaznamenával v porovnání s ostatními týmy podprůměrné hodnoty návštěvnosti, a to i ve své první sezoně v soutěži, která je pro nové týmy v soutěži často divácky nadprůměrná (Demmert, 1973). Klub byl navíc do města lokalizován na základě rozhodnutí podnikatele, který přesunul tým z nedaleké Opavy (hc-havirov.cz, 2020).

Posledním důvodem poukazujícím na roli geografie a potřebné infrastruktury může být poukázání na vůbec nejnižší průměrnou návštěvnost, která byla ve sledovaných sezonách zaznamenána. V sezoně 2001/2002 se zimní stadion v Českých Budějovicích rekonstruoval. Místní tým tak hrál domácí zápasy v Táboře. Na tomto stadionu se tak hrála v uvedené sezoně jak druhá liga (zásluhou týmu z Tábora), tak i extraliga. Divácký nezájem lze doložit na průměrné hodnotě diváků na domácích zápasech – 1 623 (hcmotor.cz, 2005).

V sezoně 2003/2004 se návštěvnost extraligy mírně propadla. Nejvíce v Ostravě. V tomto ročníku ostravský fotbalový tým vyhrál nejvyšší ligu (fortunliga.cz, 2021), a tak je možné, že hokejový klub dočasně ztratil své příznivce právě na úkor týmu fotbalového.

Velký vliv na návštěvnost soutěže měla výluka v severoamerické NHL v sezoně 2004/2005 (nhl.cz, 2021). Tato situace z hokejového prostředí mimo Česko zapříčinila, že se do české ligy na sezonu navrátili největší tuzemské hokejové hvězdy. Průměrná návštěvnost se z úrovně 4,2 tisíce (sezona 2003/2004) dostala přes 5 tisíc (v další sezoně pak opět klesla na 4,3 tisíce). Pokles v další sezoně ukazuje na to, že zvýšení návštěvnosti bylo vyvoláno (především) výlukou v NHL.

Největší hvězdou během výluky byl za Kladno nastupující Jaromír Jágr, který navyšoval návštěvnost na všech českých stadionech při zápasech Kladna. Sezonu ale v Česku nedohrál, a tak jeho vliv na návštěvnost mohl být ještě výraznější (kladensky.denik.cz, 2014).

Nejvýrazněji stoupla návštěvnost pražské Slavie. Z hodnoty 2,8 tisíce ze sezony předešlé na 7,7 tisíc diváků průměrně na zápasech v sezoně 2004/2005. Pro Slavii to byla sezona, ve které Slávisté nastupovali poprvé v O2 aréně. Ze stadionu Eden s kapacitou 4 tisíc diváků se klub přesunul do pražských Vysočan do nejluxusnější české arény

s kapacitou dosahující téměř 18 tisíc návštěvníků (hc-slavia.cz, 2020). Výjimečných hodnot návštěvnosti dosáhl tým ze Zlína. Návštěvnost ledního hokeje ve městě klesla, a to i přes to, že v týmu Zlína nastupovali hráči z NHL (Čajánek, Hamrlík, Bonk) a tým ze Zlína vyhrál základní část soutěže (hokej.cz, 2021).

V sezoně po výluce v NHL největší propad návštěvnosti zaznamenal Litvínov. Za ten nastupovalo během výluky několik odchovanců týmu, kteří se poté vrátili zpět do NHL. Jediným týmem, který zaznamenal výraznější nárůst návštěvnosti, byl Liberec. To je téměř bezesporu důsledkem otevření nového zimního stadionu (archiweb.cz, 2015).

V ročníku 2007/2008 z ligy sestoupil, jen několik sezon po své dominanci v ní, tým ze Vsetína. Jeho úzké napojení na hlavního sponzora bylo důvodem úspěchů týmu, ale také jeho konce v lize (hc-vsetin.cz, 2020). Případ Vsetína může indikovat vyšší náchylnost týmů z populačně menších sídel na změnu podmínek (prostředí).

Sezony 2008/2009 a 2009/2010 probíhaly v době, kdy se mnoho oblastí ekonomiky dostalo do nepříznivé situace vyvolané světovou ekonomickou krizí (2009), (novinky.cz, 2009). Návštěvnost extraligy v Česku se však nesnížila, naopak. V Pardubicích byla dokonce průměrná návštěvnost na domácích zápasech 9 116, což je historické maximum v extralize. Tento stav podporuje myšlenku, že sportovní návštěvnost nenásleduje ekonomické principy a není ovlivněna ekonomickou situací (Suominen, 2009; Brandes, Franck a Theiler, 2013). V Česku je navíc velikost výdajů spojených s návštěvou ledního hokeje v porovnání s ostatními státy velmi nízká (Lahvička, 2010; Hlaváč, 2011). V předchozích částech byla uvedena kauza, při které bylo během sezony 2010/2011 odebráno několik bodů vybraným týmům extraligy. Ani tato událost neměla větší vliv na návštěvnost ligy jako celku.

V sezoně 2012/2013 začala extraliga opět s hráči z NHL. Tu opět přerušila výluka. Efekt druhé výluky na návštěvnost ale nebyl tak výrazný jako v sezoně 2004/2005. Lze odhalit tři důvody. Výluka trvala jen část sezony (nhl.com, 2021) a při analýze průměrné hodnoty není vliv tak patrný. Další vliv může být nalezen v nižším počtu hráčů, kteří se do extraligy vrátili (sport.aktualne.cz, 2012). Posledním faktorem může být skutečnost, že se jednalo již o druhou výluku během několika sezon a společnost jí věnovala méně pozornosti. Nejvíce opět přitahoval fanoušky Jaromír Jágr. Zájem o zápasy Kladna, za které nastupoval, vzrostl natolik, že Kladno odehrálo několik svých zápasů v Praze (sport.ceskatelevize.cz, 2012). To může být nazíráno také jako upřednostnění ekonomických nad sportovními benefity, plynoucími ze hry na domácím hřišti.

Návštěvnost mezi sezonami vzrostla kladenskému týmu z 2,7 tisíc na 5,6 tisíc diváků. Po této sezoně se vrátila na stejnou hodnotu jako předtím (2,7 tisíc).

Následující sezonu se do soutěže zařadil klub z dalšího města – Hradce Králové. Tým Hradce byl ale v minulých sezonách průměrným týmem druhé nejvyšší hokejové ligy (hokej.cz, 2020) a extraligová licence potřebná pro účast týmu v lize byla licencí pro tým z Českých Budějovic. O přesunu klubu rozhodl hlavní sponzor týmu společnost Mountfield na základě ekonomických důvodů (ihned.cz, 2013).

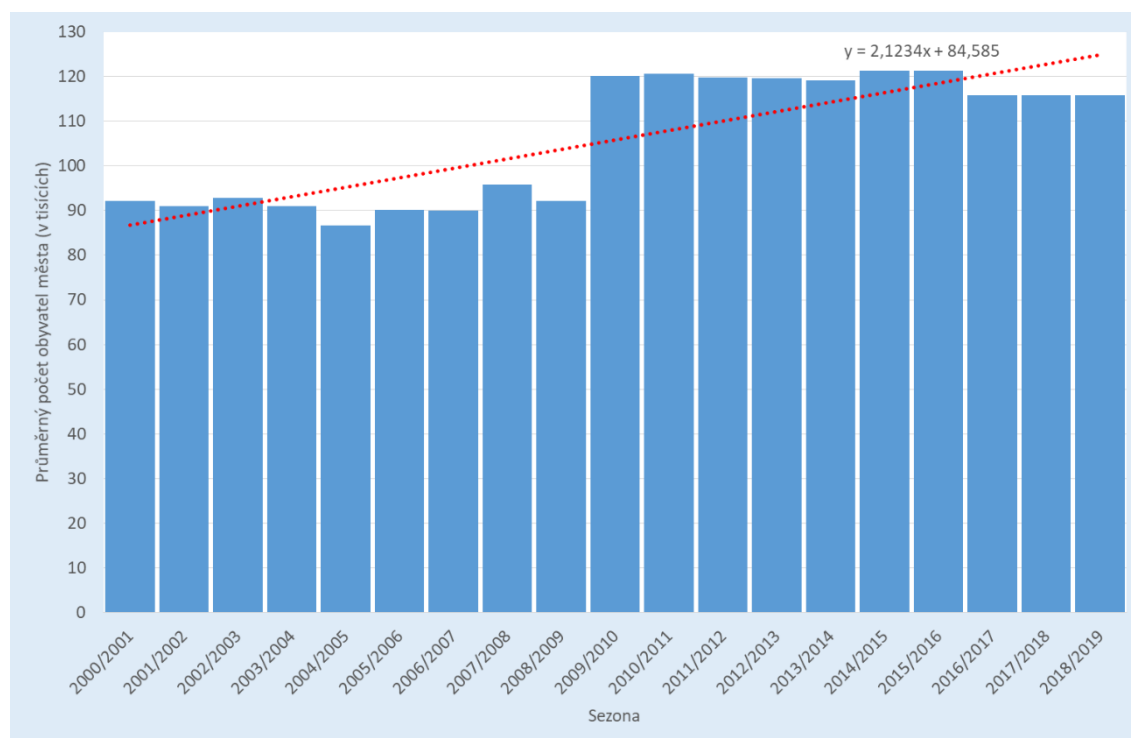
Nárůst návštěvnosti v sezoně 2015/2016 měl opět několik možných příčin. Po vyřazení Slavie z ligy se do O2 arény přestěhovala „holešovická“ Sparta (hcsparta.cz, 2020). Ta dříve hrála domácí zápasy v aréně s kapacitou převyšující 13 tisíc diváků (idnes.cz, 2012). O2 aréna ale v porovnání s holešovickou halou nabízí divákům daleko větší komfort a více technologických prvků umocňujících prožitek z hokejového utkání. Po sestupu Slavie se do ligy dostal ambiciózní Chomutov s generálním manažerem a trenérem Vladimírem Růžičkou, který si do svého nového působiště i několik hráčů ze Slavie přivedl (hokej.cz, 2015). Chomutov byl v lize výkonnostně úspěšný a návštěvnost na domácích zápasech udržel nad průměrnými hodnotami. Tým HC Kometa Brno v téže sezoně zaznamenal průměrnou návštěvnost převyšující kapacitu domácí arény. To je způsobeno tím, že byl ve městě o hokej průběžně obrovský zájem a návštěvy na domácích zápasech často kopírovaly maximální kapacitu stadionu (7700), a také tím, že se vedení týmu rozhodlo uspořádat v českém prostředí neobvyklou akci Hokejové hry, při které se odehrály dva zápasy týmu pod širým nebem (s diváckou návštěvností přes 18 a 21 tisíc), (hc-kometa.cz, 2016).

Ročník 2017/2018 byl zatím svou návštěvností na stadionech rekordní. Průměrně zápasy extraligy na stadionech sledovalo 5 413 diváků. Tým z Plzně s dobrými výsledky lákal své diváky, Brno pokračovalo v kvalitní hře a těšilo se výrazné divácké přízni a Pardubice, i když skončily v lize poslední, zaznamenaly přes 7 tisíc diváků na svých domácích zápasech. Nebylo to poprvé, co Pardubice nebyly úspěšné po výkonnostní stránce, efekt na návštěvnost byl minimální. V tomto městě s neelitním fotbalovým klubem je postavení ledního hokeje velmi pevné, fanoušci jsou loajální (Stone a Desmond, 2007) a návštěva zimního stadionu je nejen sportovní, ale i společenskou událostí komunity lidí sdílících identitu pardubických fanoušků ledního hokeje (pardubicky.denik.cz, 2020).

Analyzovaná sezona 2018/2019 byla poslední sezonou, která se odehrála bez ovlivnění pandemií koronaviru (irozhlas.cz, 2020). Tým Sparty se utkal s Litvínovem v rámci akce Open Air pod širým nebem mimo území Česka, na stadionu v německých Drážďanech. Na utkání přijelo více než 32 tisíc diváků (sport.cz, 2020). Tato akce, která prezentovala českou extraligu naživo za hranicemi Česka, je svého druhu v historii české extraligy naprosto ojedinělá. Sezona 2018/2019 byla také sezonou, ve které se tým z Třince dostal do finále Spengler Cupu, tradičního turnaje pozvaných evropských týmů, konaného každoročně ve švýcarském Davosu (spenglercup.ch, 2019). Ale stejně tak jako při finálové účasti Sparty v soutěži Champions Hockey League v sezoně 2016/2017 (championshockeyleague.com, 2020) nebo při předešlých úspěších českých klubů v mezinárodních soutěžích, úspěch výrazně neovlivnil úroveň návštěvnosti daného týmu, což podporuje závěry Iho a Heikkilla (2010), že se diváci soustředí více na úspěchy týmu na domácím ledě.

Druhá výzkumná otázka (Koncentrují se týmy české extraligy ledního hokeje do populačně větších a funkčně významnějších regionů?) se zabývá koncentrací soutěže do populačně větších a funkčně významnějších regionů v čase, od sezony 2000/2001 – po vzniku samosprávných krajů. Tato otázka nepracuje s návštěvností, ale s povahou měst, ve kterých jsou lokalizované týmy extraligy v jednotlivých sezonách. I když mají hokejové týmy na nejvyšší klubové úrovni v Česku (extralize) schopnost upoutat pozornost fanoušků i vně město, ve kterém působí, analýza pracuje jen s charakteristikou měst. Centralita regionů je vnímána v několika rozměrech. Vyšetřen je počet obyvatel (absolutní velikost), kvalita života ve městech (kvalitativní charakter), pozice měst ve veřejné správě (role v sídelním systému) a přítomnost jiných špičkových sportovních klubů ve městě (specifická centralita – sportovní, jak již bylo avizováno). Před analýzou bylo rozhodnuto o vyřazení Prahy (týmů z Prahy). V porovnání s ostatními městy v analýze je Praha několikanásobně populačně větší (někdy i řádově) a lze očekávat, že se týmy v Praze budou „chovat“ podle jiných principů. Výsledky jsou prezentovány formou diskuze podmíněností a výstupem jsou grafy hodnotící vývoj jednotlivých aspektů.

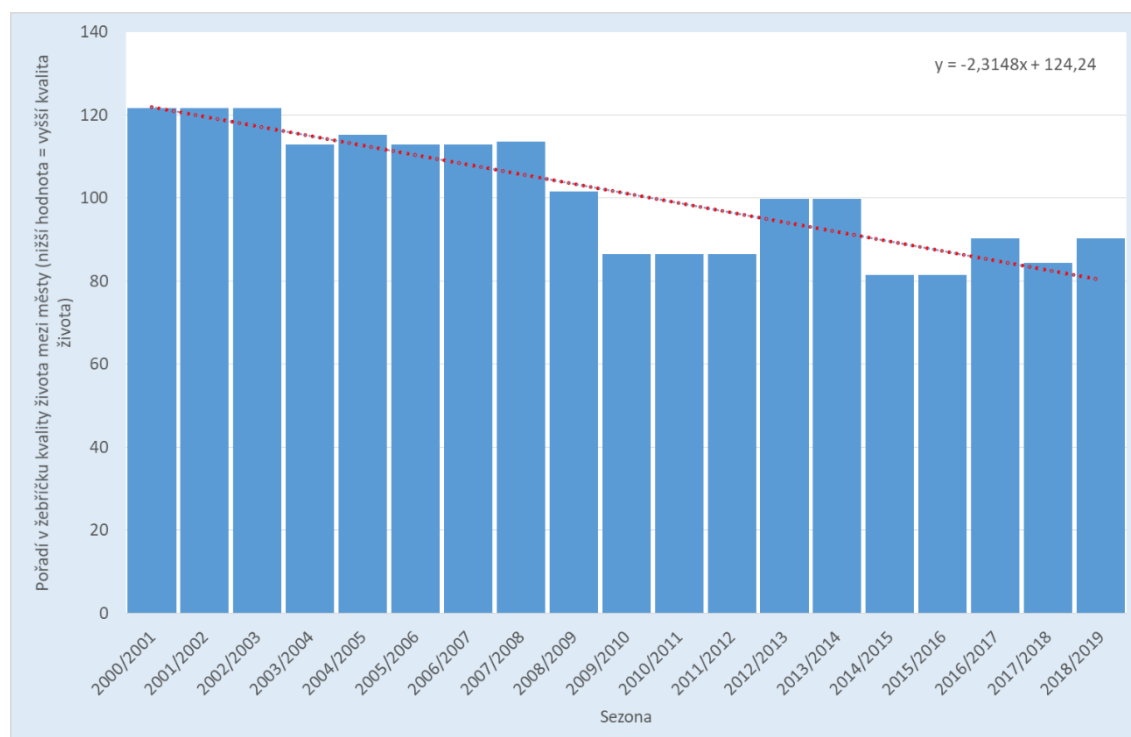
Graf 2: Průměrný počet obyvatel ve městech, jejichž týmy se účastnily extraligy ledního hokeje v jednotlivých sezonách od sezony 2000/2001 do sezony 2018/2019, (bez Prahy)



Zdroj: Hokej.cz; vlastní zpracování.

První graf ukazuje koncentraci ligy do měst s větším počtem obyvatel. Nejviditelnější změnu trendu lze sledovat mezi sezonou 2008/2009 a 2009/2010. Změna je způsobena konkrétní událostí – příchodem týmu z Brna do extraligy ledního hokeje (hc-kometa.cz, 2020). Brno se do nejvyšší ligy ale nedostalo prostřednictvím výhry v druhé nejvyšší lize, ale po odkoupení extraligové licence od relativně blízkého Znojma (brnensky.denik.cz, 2009). Ostatní změny nejsou zdaleka tak výrazné a při zahrnutí Brna do analýzy se zdají být minimální. Průkaznější výsledky možná přinese vyšetření dalších prvků, naznačující populační a funkční charakteristiku regionu. Dalším studovaným ukazatelem bude ukazatel kvality života ve městě (podle průzkumu společnosti Deloitte (2018)).

Graf 3: Průměrné pořadí měst v žebříčku kvality života ve městě, jejichž týmy se účastnily extraligy ledního hokeje v jednotlivých sezonách od sezony 2000/2001 do sezony 2018/2019, (bez Prahy)



Zdroj: Deloitte.com; vlastní zpracování.

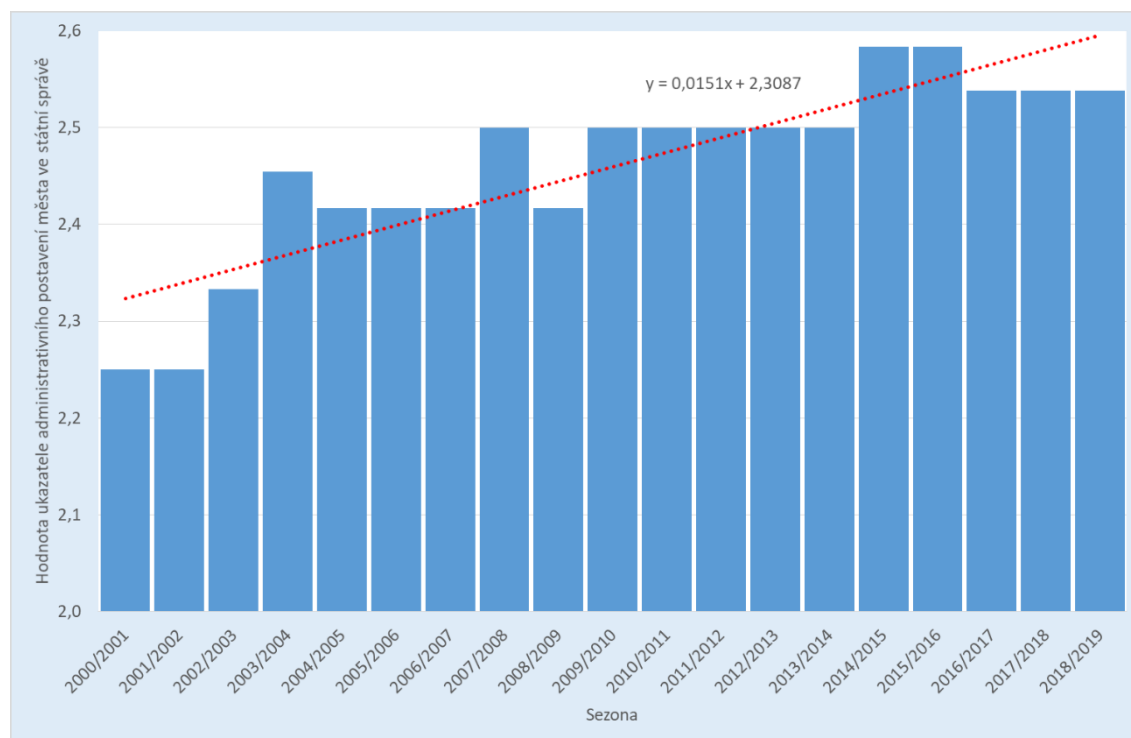
Poznámka: Ukazatel kvality života ukazuje pořadí měst v žebříčku kvality života – snižování jeho hodnoty reprezentuje zvyšující kvalitu života ve městě.

Při hodnocení kvality života je patrný přesun ligy do měst s vyšší kvalitou života. Pro správné porozumění je potřebná znalost metodiky tohoto výzkumu (deloitte.com, 2018). Ten reflektuje občanskou vybavenost, ekonomické charakteristiky jako nezaměstnanost, dopravní dostupnost, ale i třeba kriminalitu (deloitte.com, 2018). Rozhodnutí o tom, ve kterých městech se bude hrát nejvyšší hokejová liga, je ovlivněno souborem podmínek. Stejně tak, tento ukazatel je sestaven z několika proměnných a najít vztah není jednoduché.

Lze očekávat, že koncentrace ligy do měst s lepšími podmínkami pro život není prvotním cílem soutěže. Vstup týmů do ligy je navíc ve velké části případů výsledkem podmínek sportovního prostředí na úrovni nižší než v úrovni celé ligy. Vztah by se dal diskutovat i z druhé strany, zda přítomnost extraligy ledního hokeje ve městě nestimuluje jeho vývoj a neovlivňuje kvalitu života lidí v něm (i když vliv sportu je spíše v rovině, která se složitě kvantifikuje a s největší pravděpodobností nebude mít výrazný vliv na úroveň konkrétního ukazatele), (ec.europa.eu, 2016). Třetím dílčím příkladem, který

odpovídá na případnou koncentraci ligy ve funkčně významnějších regionech, je ukazatel zachycující pozici města v systému veřejné správy.

Graf 4: Průměrná hodnota ukazatele administrativního postavení měst, jejichž týmy se účastnily extraligy ledního hokeje v jednotlivých sezonách od sezony 2000/2001 do sezony 2018/2019, (bez Prahy)

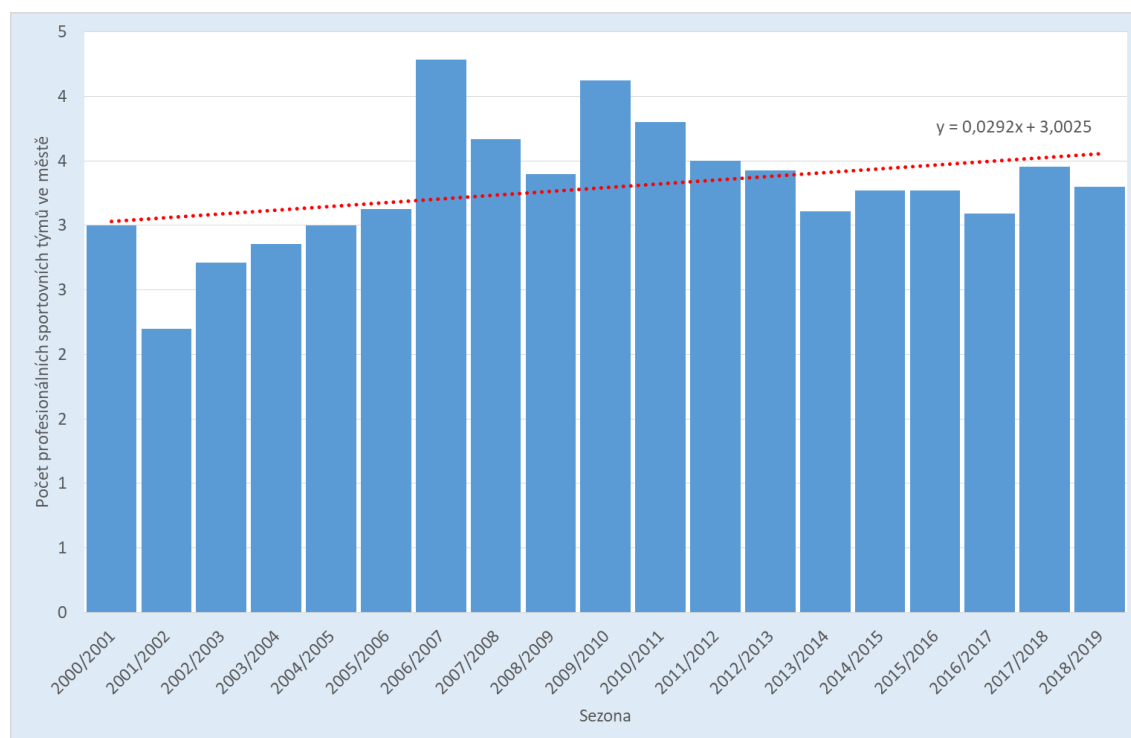


Zdroj: czso.cz; vlastní zpracování.

Podoba grafu je ovlivněna zahrnutím nižších hodnot ukazatele než 2. Při prošetření postavení měst v rámci veřejné správy je znatelný trend koncentrace ligy do měst s významnější funkcí z pozice této perspektivy. Tento trend je relativně stálý po dobu celého vyšetřovaného období, i když se tempo přírůstku ukazatele snižuje. Souvislosti by mohly být vyšetřeny v prostředí veřejných financí. České zimní stadiony jsou často vlastněny městy, ve kterých se nacházejí. I kluby jsou většinou v úzkém ekonomickém vztahu s městem. Města jsou často důležitým sponzorem klubů a sportovní kluby jsou i určitou vizitkou komunálních politiků. Ti sport často využívají k upevnění své pozice a získání přízně místního obyvatelstva, neboť jsou si vědomi role sportu jako nositele identity, která je pro politiku v regionech významným prvkem (ct24.ceskatelevize.cz, 2016). Posledním vyšetřeným aspektem koncentrace bude koncentrace sportu ve městě, specifická koncentrace. Sportovní týmy jsou také ekonomickými subjekty. Ty se v prostoru koncentrují a utváří tzv. klastry (Porter, 1998).

V rámci takového uspořádání pak profitují z geografické blízkosti. Otázkou je, jak moc blízké si jsou odlišné sporty na profesionální úrovni a jaký typ know-how a infrastruktury spolu mohou například sdílet (Bale, 2003).

Graf 5: Průměrná hodnota ukazatele počtu profesionálních sportovních týmů ve městech, jejichž týmy se účastnily extraligy ledního hokeje v jednotlivých sezonách od sezony 2000/2001 do sezony 2018/2019, (bez Prahy)



Zdroj: Oficiální webové stránky vybraných sportovních lig (viz. metodika) nebo e-mailová korespondence s funkcionáři těchto lig; vlastní zpracování.

Při analýze koncentrace sportovních týmů ve městech, ve kterých je přítomna ELH, lze pozorovat výjimečný průběh křivky (v porovnání s předešlými ukazateli). Koncentrace nejprve v první polovině sledovaného období rostla, poté se mírně snížila a v posledních letech se ustálila. Lineární rovnice pro vyjádření vztahu tedy není ideální (je zde uvedena pro představu). Stejně jako v předešlých případech, i zde byla vyloučena z analýzy Praha, a tak pokles úrovně nelze přičítat sníženému počtu pražských fotbalových týmů v nejvyšší lize (fortunliga.cz, 2021). Možná ale může být vývoj koncentrace ledního hokeje dáván do vztahu právě s vývojem nejvyšší fotbalové ligy. Vyšetřovat lze i určitou prostorovou specializaci, při které se rozdílná města specializují a věnují pozornost jednomu sportu jako nositeli regionálních hodnot a identity (Slepičková a Slepička, 2006).

Závěrem dílčích analýz může být tvrzení, že ukazatele indikují na určitou koncentraci ligy v prostoru. Ta je výsledkem přirozených (sportovních) mechanismů, mezi které patří postup týmu do ligy. Ke koncentraci soutěže dochází ale také vlivem nespportovních mechanismů – politicko-ekonomických. Mezi ty lze zařadit přesun týmu do jiného města, či kupování licencí potřebných k účasti v lize. Týmy z jádrových regionů dokážou lépe reagovat na změny podmínek v prostředí (Bale, 2003) a jejich pozice je stabilnější. V důsledku toho dochází v těchto regionech ke koncentraci profesionálních sportovních týmů.

Třetí výzkumná otázka (Mají extraligové týmy z populačně větších regionů vyšší návštěvnost na domácích zápasech?) diskutuje vliv populační velikosti města na návštěvnost týmu ve městě působícím. K tomu dochází pomocí vyšetření korelačního koeficientu – za všechny sezony dohromady, a za vybrané sezony z krajů analyzovaného období (2000/2001 a 2018/2019) a za sezony 2006/2007 a 2012/2013. Z analýzy je opět vyřazena Praha tak, aby nedošlo ke zkreslení trendu. Výsledky jsou prezentovány pomocí tabulky a dále rozvedeny v diskuzi.

Tabulka 3: Korelace mezi návštěvností týmů extraligy ledního hokeje a populační velikostí města, ve kterém působí za časové období mezi roky 2000–2019 a vybrané sezony

Korelace	Hodnota korelace
Během sledovaného období (2000 – 2019)	0,8
Sezona 2000/2001	0,4
Sezona 2006/2007	0,3
Sezona 2012/2013	0,5
Sezona 2018/2019	0,7

Zdroj: Hokej.cz a czso.cz; vlastní zpracování.

Hodnota korelace mezi populační velikostí města a návštěvností příslušného týmu během sledovaného období má hodnotu 0,8. Jedná se tedy o velmi silnou závislost (Pavlík, 2005). Ta může být vysvětlena nejen větším počtem lidí, kteří mohou vyjádřit svůj zájem o lokální tým prostřednictvím návštěvnosti, ale i rozdílnou úrovní kapacity zimních stadionů ve městech populačně větších a menších. Na úrovni české extraligy bude ale dominovat vliv většího počtu obyvatel ve městě. Týmy, které se dlouhodobě svou průměrnou návštěvností při domácích zápasech dostávají blízko ke své kapacitě (více než 80 %), jsou týmy z Pardubic a Brna. Stavba nového stadionu tedy může z krátkodobého hlediska stimulovat návštěvnost ve městě (Lahvička, 2010), větší

(dlouhodobější) vliv má ale počet obyvatel města. Výstavba stadionu je navíc ekonomicky velmi náročná (Tomeš, 2012). Často je financována z veřejných zdrojů (Harvey, 2000) a ne vždy vyvolá zamýšlený důsledek (Peters, 2011). Sportovní kluby mají navíc stále možnost pomocí převedení licence přesunout klub do příhodnějších podmínek (Demmert, 1973).

Při rozboru jednotlivých ročníků je patrné lehké přibližování vztahu těchto proměnných, zvětšování lineární závislosti. Se zvyšující se návštěvností extraligy se více týmů přibližuje maximální kapacitě a projevují se výrazněji rozdíly mezi nabízenou kapacitou. Mění se i role extraligových zápasů. Ty mají schopnost přilákat jedince širšího spektra než v minulosti (Douvis, 2014). Tomu napomáhá doprovodný program na zápasech, využití techniky, speciální akce týmů, cílená reklama a další prvky, které se postupem času v hokeji objevují stále více (Zhang a kol., 2001; Smart, 2007). Rozdílné hodnoty za jednotlivé sezony mohou také reflektovat specifika vyšetřovaných sezon, při kterých se soutěže účastnilo 14 týmů a na výslednou hodnotu mohly mít vliv i irregularity ve vztahu na úrovni jednotlivých týmů.

I další výzkumná otázka (Souvisí úroveň agresivity hry týmu s úrovní jeho návštěvnosti v prostředí české extraligy ledního hokeje?) je analyzována korelační analýzou. Objasňovaným vztahem je vztah mezi agresivitou hry a návštěvností. Agresivita je pro hokej signifikantním znakem (Paul, 2003). Agresivita a především „bitky“ se ale v čase z hokeje vytrácí (Matthews a Channon, 2016). Někteří autoři identifikovali ve svých výzkumech silný vztah mezi návštěvností a agresivitou hry, a to jak v profesionálním, tak i v juniorském hokeji (Paul, 2003; Paul, Weinbach a Riccardi, 2019), a dokonce v hokeji evropském, který tímto aspektem hry není tolik známý (Arzhilovskiy a Priyatel, 2012). Otázkou je, jestli český hokej podléhá obecným principům unifikovaného ledního hokeje, či zda je prostředí extraligy ledního hokeje v tomto ohledu autentické (Gregory a kol., 2009). Opět analýza nezohledňuje pražské týmy.

Tabulka 4: Korelace mezi návštěvností týmů extraligy ledního hokeje a agresivitou jejich hry, časové období mezi roky 2000–2019 a vybrané sezony

Korelace	Hodnota korelace
Během sledovaného období (2000 – 2019)	-0,1
Sezona 2000/2001	-0,3
Sezona 2006/2007	0,2
Sezona 2012/2013	0,3
Sezona 2018/2019	0,4

Zdroj: Hokej.cz; vlastní zpracování.

Výsledky ukazují, že není významný vztah mezi agresivitou hry a návštěvností týmů v prostředí české hokejové extraligy. K vyšetření závislosti by mohlo dojít i mezi návštěvností a „bitkami“. Ty jsou obecně považovány za typ agrese, která je divácky nejatraktivnější (Matthews a Channon, 2016). V prostředí české extraligy se ale jedná o úkaz tak vzácný a náhodný, že lze téměř s jistotou usuzovat, že lidé navštěvující extraligu ledního hokeje (pokud budou diváci vnímáni jako homogenní skupina) zakládají svoje rozhodnutí k potencionální návštěvě utkání ligy na jiných očekáváních. Naopak, podle Balea (2003) vede zvýšená agresivita týmu při hře k jeho horším sportovním výsledkům (Matthews a Channon, 2016), které jsou v ledním hokeji v Česku zřejmě důležitější.

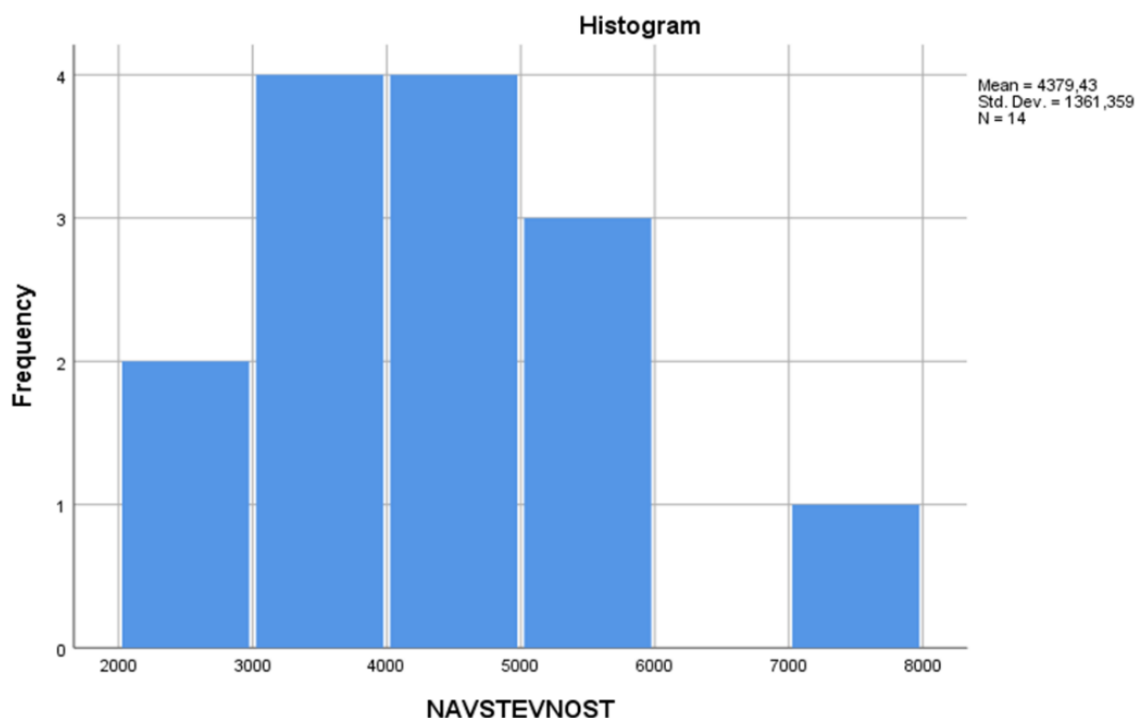
Poslední výzkumná otázka řešena v rámci výzkumu (Jaké faktory mají největší vliv na úroveň návštěvnosti české extraligy ledního hokeje?) odpovídá na to, jaké jsou ty nejdůležitější podmíněnosti sportovní návštěvnosti, respektive návštěvnosti české hokejové extraligy. Pomocí vícenásobné lineární regrese, metody často používané ve výzkumech tohoto typu (Paul, 2003; Suominen, 2009, Arzhilovskiy a Priyatel, 2012), vyšetřila čtyři sezony (2000/2001, 2006/2007, 2012/2013 a 2018/2019). Lze tak hodnotit změnu v trendu podmíněnosti návštěvnosti ligy v čase. Mezi dvanácti vyšetřenými proměnnými jsou proměnné sportovní, ekonomické, sociologické a geografické. Toto rozdělení kopíruje rozdělení v práci naznačené výše (viz. schéma vybraných rozměrů sportovní návštěvnosti a rozdělení sledovaných proměnných). K sestrojení analýz došlo v rozhraní programu SPSS Software.

Před analýzou vícenásobné lineární regrese byla pro zvolené sezony vyšetřena úroveň parciálních korelací mezi proměnnými tak, aby byla zajištěna vzájemná nezávislost proměnných. Pro všechny analyzované sezony byly splněny statistické

předpoklady metody. Normalita dat byla zjištěna pomocí Shapiro-Wilk testu. Ten vyšetřuje normalitu reziduí. Výsledné modely nevykazují vnitřní multikolinearitu (zjištěno na základě hodnot VIF). Modely jsou statisticky signifikantní na zvolené hladině (95 %). Analýza byla vyhotovena metodou Stepwise. Ta zahrnuje do výsledného modelu, který vysvětluje návštěvnost jednotlivé proměnné podle jejich relevance (Neubauer, Sedláčik a Kříž, 2016).

Statistickým výsledkům analýzy sezony 2000/2001 bude pro představení věnována zvýšená pozornost. Normální rozdělení návštěvnosti (vysvětlované proměnné je zachyceno v tomto histogramu. Na ose x je úroveň návštěvnosti a na ose y počet odpovídajících výsledků v kategorii.

Graf 6: Ukázka výstupů analýzy, histogram průměrných hodnot návštěvnosti extraligy v sezoně 2000/2001



Zdroj: Hokej.cz, vlastní zpracování (SPSS Software).

Při šetření parciálních korelací, s kontrolní proměnnou návštěvnosti, byly zjištěny silné závislosti mezi třemi proměnnými. Kapacita stadionu a počet obyvatel (0,74), kvalita života a nezaměstnanost (0,84) – v tabulce pod textem a počet obyvatel a umístění jiného týmu ve městě (0,90).

Tabulka 5: Ukázka výstupů analýzy, parciální korelace (nezaměstnanost a kvalita života)

Correlations				
Control Variables			ENezamestnanostPoptavka	SKvalitazivotaSoudrznost
NAVSTEVNOST	ENezamestnanostPoptavka	Correlation	1,000	,844
		Significance (2-tailed)	.	,000
		df	0	11
	SKvalitazivotaSoudrznost	Correlation	,844	1,000
		Significance (2-tailed)	,000	.
		df	11	0

Zdroj: Czso.cz; deloitte.com; vlastní zpracování (SPSS Software).

Samotný model řešený metodou Stepwise zahrnul proměnné *EKapacitaNabidka* a *GPocObyvVelikost*. Zatímco samotná kapacita stadionu vysvětluje 37 % návštěvnosti (hodnota R square hodnota 0,365), v kombinaci s počtem obyvatel už 59 % (hodnota R square 0,652). Modely jsou signifikantně statisticky spolehlivé (p hodnota 0,022, respektive 0,012).

Tabulka 6: Model vícenásobné lineární regrese, výsledné proměnné a jejich vliv na návštěvnost extraligy v sezoně 2000/2001

Model Summary ^c										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	Durbin-Watson
1	,604 ^a	,365	,312	1129,206	,365	6,895	1	12	,022	
2	,808 ^b	,652	,589	872,791	,287	9,087	1	11	,012	2,363

a. Predictors: (Constant), *EKapacitaNabidka*

b. Predictors: (Constant), *EKapacitaNabidka*, *GPocObyvVelikost*

c. Dependent Variable: NAVSTEVNOST

Zdroj: Kombinace zdrojů (viz. metodika); vlastní zpracování (SPSS Software).

Sestaven je i test ANOVA, porovnávající hodnoty rozptylů daných statistických modelů. V sezoně 2006/2007 byly výsledkem vícenásobné lineární regrese opět dva modely.

Tabulka 7: Model vícenásobné lineární regrese, výsledné proměnné a jejich vliv na návštěvnost extraligy v sezoně 2006/2007

Model Summary ^c										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change	Durbin-Watson
						F Change	df1	df2		
1	,717 ^a	,513	,473	1187,982	,513	12,661	1	12	,004	
2	,839 ^b	,704	,650	968,264	,190	7,064	1	11	,022	2,009

a. Predictors: (Constant), SFanouscifacebookKomunita
b. Predictors: (Constant), SFanouscifacebookKomunita, GRivalovePoloha
c. Dependent Variable: NAVSTEVNOST

Zdroj: Kombinace zdrojů (viz. metodika); vlastní zpracování (SPSS Software).

První model zahrnuje proměnnou *SFanouscifacebookKomunita* a vysvětluje 51 % návštěvnosti. Druhý přidává proměnnou *GRivalovePoloha* a vysvětluje dohromady 65 % návštěvnosti. Oba jsou opět vyšetřeny jak před samotnou analýzou (parciální korelace ukázaly na silný vztah mezi kapacitou stadionu a počtem obyvatel (0,92), umístěním jiného týmu ve městě a počtem obyvatel (0,92) a kvalitou života a nezaměstnaností (0,85), tak zpětně (modely jsou signifikantní na zvolené hladině, dochází k testu ANOVA a Shapiro-Wilk testu).

Při analýze třetí sezony (2012/2013) byl výsledkem při zvolených metodách pouze jeden model. Ten vysvětluje 60 % návštěvnosti pomocí hodnot proměnné *SDlouhodobáTradice* (proměnná sportovní povahy sestavená na základě dlouhodobé úspěšnosti klubu). Opět model splňuje všechny předpoklady. Silnou závislost vykazují proměnné počet obyvatel a umístění jiného týmu (0,97), kapacita stadionu a počet obyvatel (0,88) a kvalita života a nezaměstnanost (0,77).

Tabulka 8: Model vícenásobné lineární regrese, výsledná proměnná a její vliv na návštěvnost extraligy v sezoně 2012/2013

Model Summary ^b										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change	Durbin-Watson
						F Change	df1	df2		
1	,774 ^a	,600	,566	930,107	,600	17,965	1	12	,001	2,822

a. Predictors: (Constant), SDlouhodobáTradice
b. Dependent Variable: NAVSTEVNOST

Zdroj: Kombinace zdrojů (viz. metodika); vlastní zpracování (SPSS Software).

V sezoně 2018/2019 silně korelovaly proměnné dlouhodobá tradice a počet fanoušků na facebooku (0,88), počet obyvatel a kapacita stadionu (0,75) a nezaměstnanost a kvalita života (0,74). Analýza vícenásobné lineární regrese za poslední sezonu poskytuje celkem tři modely. První se skládá z proměnné *EKapacitaNabídka*, druhý z *EKapacitaNabídka* a *SDlouhodobáTradice* a třetí

z *EKapacitaNabídka*, *SDlouhodobáTradice* a *GJinyTymKoncentrace*. První model vysvětluje vysvětlovanou proměnnou 76 %, druhý 90 % a třetí 93 %. I při statistickém vyšetření poslední sezony sledovaný soubor splnil všechny statistické předpoklady.

Tabulka 9: Model vícenásobné lineární regrese, výsledné proměnné a jejich vliv na návštěvnost extraligy v sezoně 20018/2019

Model Summary ^d										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	Durbin-Watson
1	,871 ^a	,758	,738	849,161	,758	37,680	1	12	,000	
2	,948 ^b	,898	,880	576,126	,140	15,069	1	11	,003	
3	,971 ^c	,942	,925	454,026	,044	7,712	1	10	,020	2,851

a. Predictors: (Constant), EKapacitaNabidka

b. Predictors: (Constant), EKapacitaNabidka, SDlouhodobáTradice

c. Predictors: (Constant), EKapacitaNabidka, SDlouhodobáTradice, GJinyTymKoncentrace

d. Dependent Variable: NAVSTEVNOST

Zdroj: Kombinace zdrojů (viz. metodika); vlastní zpracování (SPSS Software).

Možná nejdůležitějším závěrem plynoucím ze sestavených analýz vícenásobné lineární regrese je prokázání vlivu širokého spektra faktorů (podmínek) na návštěvnost (Zhang a kol., 1996; Samra a Wos, 2014). Druhým závěrem je prokázání vlivu proměnných z různých dimenzí (ekonomické, geografické, sportovní i sociologické) a také změna vztahů v čase. Ta poukazuje na zvyšující se roli jednotlivých faktorů v modelech. V nich se postupně objevily všechny diskutované geografické proměnné – počet obyvatel ve městě, rivalita (geografická poloha) i umístění jiného týmu ve městě (koncentrace). I přes statistickou signifikanci a splnění všech předpokladů ke statistické analýze se jedná o vyšetření hodnoty průměrné za 14 statistických pozorování a při analýze výsledků může dojít ke zkreslení hodnot v důsledku jednotlivých anomálií.

KAPITOLA 5

Závěr

Práce měla za cíl diskutovat vztah geografie a sportu – nejprve v obecné rovině, a poté na konkrétním příkladu ledního hokeje v Česku. Pro splnění tohoto cíle kombinovala různé výzkumné metody. Sport byl v práci vnímán jako složitý a nejednoznačný fenomén, který se mění v závislosti na prostředí, v čase i z pohledu badatele.

Po úvodu se práce, v kapitole obecná východiska, věnovala nejprve geografii sportu jako směru geografie. Z rozboru relevantní literatury je zřejmé, že pozice geografie sportu není v geografii dosud ustálená. Geografie sportu nemá obecně přijímanou definici, nevytváří vlastní koncepty a nemá obecně přijímanou terminologii. Její vývoj kopíruje tendence v humánní, respektive kulturní geografii. V současnosti se geografie sportu věnuje mnoha tématům, a to jak tradičním, tak novým – v reakci na tzv. kulturní obrat ve společenských vědách.

Dalším tématem kapitoly obecná východiska je přiblížení a diskuze vztahu geografie a sportu. Nejprve práce představuje sport a identifikuje jeho různé projevy, role, podoby a charakteristiky. Zdůraznit je třeba především širí spektra souvislostí sportu a prostředí, odlišnosti organizace sportu v prostoru v horizontální i vertikální úrovni, četnost aktérů sportovního prostředí (či s vazbou na sportovní prostředí) i struktur, které sportovní prostředí spoluutváří a jsou jím ovlivňovány. Kopíruje hlavní cíl této části, kterým bylo upozornit na složitost sportovního prostředí, jeho časoprostorovou dynamiku a nastínit různé, možné výzkumné perspektivy.

Po diskuzi vztahu geografie a sportu práce přechází k představení způsobů hodnocení sportu a jeho popularity. Speciální pozornost věnuje sportovní návštěvnosti, kterou identifikuje jako ukazatel postavení sportu v území. Návštěvnost výzkum analyzuje ve své druhé části. Sport má mnoho souvislostí, a proto při jeho hodnocení musí být nejprve rozhodnuto z jaké pozice (kterou z jeho souvislostí) k tomuto hodnocení přistoupit. Práce našla čtyři hlavní rozměry sportovní návštěvnosti – geografický, psychologický, sociologický a ekonomický.

Po obecném úvodu přechází práce v kapitole Metodika a zdroje dat k představení druhé části výzkumu. Tou je analýza českého hokeje jako specifického sportu v konkrétním prostředí. Analýza má dvě hlavní části. První představuje a hodnotí vývoj ledního hokeje od počátků v území po současnost, druhá část se zaměřuje na návštěvnost české extraligy, nejvyšší hokejové ligy v území, a to mezi lety 1993, respektive 2000 a 2019. Vybranými metodami zpracování této části práce je diskuze literatury i statistická analýza dat návštěvnosti extraligy, pomocí vybraných prvků deskriptivní statistiky, korelační analýzy a vícenásobné lineární regrese. Převážná část poznatků pochází z oficiálních internetových zdrojů, relevantních pro hokej nebo charakterizujících území.

Kapitola výsledky je rozdělena do dvou částí. V první, zabývající se vývojem ledního hokeje, práce došla k několika závěrům. Práce potvrdila, že prostředí ledního hokeje v dlouhodobé perspektivě ovlivňují vnější podněty. Nejsnadněji rozpoznatelné jsou v dostupných zdrojích stimuly ekonomické a politické, jejichž význam roste a jejich následky se často projevují okamžitě. Roli geografie lze vidět na samotném postavení hokeje v jednotlivých městech, které je od silného a stálého, až po slabé a epizodické. Z hodnocení vyplynulo, že lední hokej lze stimulovat politickými, či ekonomickými prostředky (nový vlastník klubu, nový zimní stadion – „tvrdé faktory“), v dlouhodobé perspektivě však hrají roli především faktory sociologické, „měkké“ faktory (hokejová identita v regionu, tradice týmu, „dědičnost“ fanouškovství) a geografické faktory (umístění týmu v prostoru). Po diskuzi vývoje lze tvrdit, že postavení ledního hokeje v Česku je v čase proměnlivé. Lední hokej kopíruje změny ve sportu na vyšší měřítkové úrovni (profesionalismus, komercializace) a „chování“ ledního hokeje v prostoru se stále více racionalizuje, což je naznačeno i v použité literatuře (Bale, 2003).

Druhá část kapitoly analyzuje návštěvnost extraligy. Ta ve sledovaném období roste, což bylo předpokládáno na základě obecného trendu participace na sportovních akcích v Česku i ve světě. Práce hodnotila samotné důvody trendu a našla je jak uvnitř

sportovního prostředí – přesun týmů do jádrových regionů, nové role sportovních utkání, zvyšování komfortu na stadionech, zvyšující se kvalita sportu, tak i vně sportovního prostředí – konzumní společnost „zážitků“, politická podpora sportu a podobně. Byl potvrzen vliv výluky v NHL na návštěvnost extraligy. Důvodem byla limitovaná možnost sledovat hvězdné české hráče v nejvyšší domácí lize.

Analýzou byl prokázán proces koncentrace ligy do jádrových regionů, ve kterých je geograficky blíž potenciálním fanouškům. Týmy zde mohou využívat existující specifickou infrastrukturu a je zde poptávka po sportovních týmech, které posilují regionální identitu, respektive identitu územní komunity.

Roli geografie na úroveň návštěvnosti práce analyzovala i při hledání vztahu mezi návštěvností a populační velikostí města, ve kterém tým působí. Ten je velmi silný a v čase roste. Zatímco týmy z populačně menších měst musí pracovat s relativně nižším počtem fanoušků a snažit se s nimi budovat silné vztahy, týmy z populačně větších měst mohou zvolit jiné strategie jako třeba zkvalitnění zážitku z utkání v konkurenci s ostatními volnočasovými aktivitami.

Prostřednictvím analýzy je zachyceno i specifikum kultury hokeje v Česku. Zatímco v Severní Americe (Paul, 2003) a Švédsku (Arzhilovskiy a Priyatel, 2012) agresivita hry ovlivňuje návštěvnost ledního hokeje, v prostředí Česka není tento vztah patrný a lze usuzovat, že diváci české extraligy navštěvují hokejové utkání v důsledku jiných motivací.

Potvrdila se vícefaktorová podmíněnost návštěvnosti extraligy ledního hokeje. Konkrétní důvody k její návštěvě se liší v prostoru a čase, v závislosti na jejich charakteristice, změnám vnějšího prostředí a hokeje.

Dílčí výsledky provedených hodnocení však nastolují velké množství otázek, které by měly být zodpovězeny v dalších výzkumech. Mezi témata k dalšímu řešení lze zařadit například význam sportu a sportovců v procesu formování regionů či image míst, role aktérů a subjektů v oblasti sportu a jejich zájmových skupin v územním rozvoji či místní/regionální politice a podobně.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- 110 let českého hokeje [online]. Praha: ČESKÝ HOKEJ, 2018 [cit. 2020-08-11]. Dostupné z: <https://historiehokeje.cz/>
- Aktuálně.cz [online]. Economia, 1999–2020 [cit. 2020-08-12]. Dostupné z: <https://sport.aktualne.cz/>
- ANDREFF, Wladimir. The Correlation between Economic Underdevelopment and Sport. European Sport Management Quarterly [online]. 2001, 1(4), 251–279 [cit. 2020-08-09]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/276203214_The_Correlation_between_Economic_Underdevelopment_and_Sport_European_Sport_Management_Quarterly_Vol_1_n_4_December_2001_pp_251-279
- ARZHILOVSKIY, Maxim a Kirill PRIYATEL. Factors influencing attendance of ice hockey games in Sweden [online]. Jönköping, 2012 [cit. 2020-08-07]. Dostupné z: <https://pdfs.semanticscholar.org/33ab/3416336c4e9d33d9cfd8955328b222c54a18.pdf>. Diplomová práce. Jönköping International Business School.
- At the corner of genealogy and history: Ice hockey in the new world [online]. Spojené státy americké: Linda Brewster Mallalieu, 2017 [cit. 2020-08-09]. Dostupné z: <https://cornerofgenealogy.com/ice-hockey-in-the-new-world/>
- BALE, John (1976), Geography and football: The use of ideas from football in the teaching of geography (Teaching geography), Geographical Association, 28 ISBN 0900395575
- BALE, John. Geography, sport and geographical education. Geography. 1981, 66(2), 104–115.
- BALE, John. Sports Geography. 1989: E. & F.N. Spon, 1989. ISBN 9780419143901.
- BALE, John. Sports geography. 2nd ed. New York: Routledge, 2003. ISBN 0419252304.
- BALE, John a Trudo DEJONGHE. Editorial. Sports Geography : an overview. Sports geography [online]. Belgeo, 2008, 2(1), 157–166 [cit. 2020-08-06]. Dostupné z: <https://journals.openedition.org/belgeo/10253#quotation>

- BBC [online]. London: BBC, 2021 [cit. 2021-04-20]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/>
- BEJLKOVÁ, Kamila. Fyzická zdatnost klesá, dětem chybí spontánní sport. Kluby často žádají jen top sportovce. Seznam zprávy [online]. Praha: seznam.cz, 2020, 2019 [cit. 2020-08-09]. Dostupné z: https://www.seznamzpravy.cz/clanek/fyzicka-zdatnost-klesa-detem-chybi-spontanni-sport-kluby-casto-zadaji-jen-top-sportovce-65810#utm_content=ribbonnews&utm_term=tomášperič&utm_medium=hint&utm_source=search.seznam.cz
- BERNACHE-ASSOLLANT, Iouri, Marie-Françoise LACASSAGNE a Jomills H. BRADDOCK. Basking in Reflected Glory and Blasting. *Journal of Language and Social Psychology* [online]. 2016, 26(4), 381–388 [cit. 2020-08-12]. DOI: 10.1177/0261927X07306981. ISSN 0261-927X. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0261927X07306981>
- BOYD, Thomas C. a Timothy C. KREHBIEL. An Analysis of the Effects of Specific Promotion Types on Attendance at Major League Baseball Games. *American Journal of Business* [online]. 2006, 21(2), 21–32 [cit. 2021-04-20]. ISSN 1935-5181. Dostupné z: doi:10.1108/19355181200600007
- BRANDES, Leif, Egon FRANCK a Philipp THEILER. The Group Size and Loyalty of Football Fans: A Two-Stage Estimation Procedure to Compare Customer Potential Across Teams. *Journal of the Royal Statistical Society (Series A)* [online]. 2013, 176(2), 347–369 [cit. 2020-08-11]. Dostupné z: <https://econpapers.repec.org/paper/isowpaper/0126.htm>
- Britannica [online]. Chicago: Encyclopædia Britannica, 2020 [cit. 2020-08-09]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/>
- BUDÍKOVÁ, Marie, Maria KRÁLOVÁ a Bohumil MAROŠ. Průvodce základními statistickými metodami. Praha: Grada, 2010. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3243-5.
- CAMPBELL JR., R. M., AIKEN, D., & KENT, A. (2004). Beyond birging and corfing: Continuing the exploration of fan behavior. *Sport Marketing Quarterly*, 13(3), 151–157.
- CARROLL, John. Humanismus: zánik západní kultury. Vydání 1. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury - CDK, 1996. ISBN 80-85959-13-5.
- COAKLEY, Jay a Eric DUNNING. *Handbook of Sports Studies*. London: SAGE, 2000. ISBN 1446224686.
- Countries by GDP. *World Population Review* [online]. US: World Population Review, 2020 [cit. 2020-08-06]. Dostupné z: <https://worldpopulationreview.com/countries/countries-by-gdp>
- CRAWFORD, Garry a Victoria K. GOSLING. The Myth of the ‘Puck Bunny’. *Sociology* [online]. 2016, 38(3), 477–493 [cit. 2020-08-08]. DOI: 10.1177/0038038504043214. ISSN 0038-0385. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0038038504043214>

- CROUCH, David. Geographies of Leisure. ROJEK, Chris, Susan M. SHAW a A. J. VEAL, eds. A Handbook of Leisure Studies [online]. London: Palgrave Macmillan UK, 2006, 2006, s. 125–139 [cit. 2020-08-06]. DOI: 10.1057/9780230625181_8. ISBN 978-1-4039-0279-5. Dostupné z: http://link.springer.com/10.1057/9780230625181_8
- Česká televize [online]. Česká televize, 1996–2020 [cit. 2020-08-11]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/>
- Český florbal [online]. Praha: Český florbal, OLC Systems, 2014–2020 [cit. 2020-08-12]. Dostupné z: <http://ceskyflorbal.cz/>
- Český hokej [online]. Praha: eSports.cz, 2017–2020 [cit. 2020-08-11]. Dostupné z: <https://www.ceskyhokej.cz/>
- Český statistický úřad [online]. Praha: Český statistický úřad, 2020 [cit. 2020-08-09]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/>
- Český volejbal [online]. Praha: ČVS, 2015–2018 [cit. 2020-08-12]. Dostupné z: www.cvf.cz/
- ČUS: Česká unie sportu [online]. LERIS.CZ, 2013–2020 [cit. 2020-08-09]. Dostupné z: <https://www.cuscz.cz/>
- DALAKAS, Vassilis a Cody T. HAVARD. Understanding the Marketing Implications of Sport Rivalry: What We Know and Where We Are Headed. Sport Marketing Quarterly [online]. 2017, 26, 199–203 [cit. 2020-08-11]. DOI: 10.1177/1527002508327387. Dostupné z: <http://dspace.calstate.edu/bitstream/handle/10211.3/213439/Dalakas201726.pdf?sequence=1>
- DANĚK, Petr. Geografické myšlení: úvod do teoretických přístupů. Brno: Masarykova univerzita, 2013. ISBN 978-80-210-6694-6.
- DAVIS, Michael C., Roger GAUTHIER a Philipp THEILER. Analyzing the Relationship Between Team Success and MLB Attendance With GARCH Effects. Journal of Sports Economics [online]. 2009, 10(1), 44–58 [cit. 2020-08-11]. DOI: 10.1177/1527002508327387. ISSN 1527-0025. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1527002508327387>
- DEAR, Michael. The Postmodern Challenge: Reconstructing Human Geography. Transactions of the Institute of British Geographers [online]. 1988, 13(3) [cit. 2020-08-06]. DOI: 10.2307/622990. ISSN 00202754. Dostupné z: <https://www.jstor.org/stable/622990?origin=crossref>
- Deloitte Česká republika [online]. Deloitte Touche Tohmatsu Limited, 2018 [cit. 2020-08-12]. Dostupné z: <https://www2.deloitte.com/cz/cs.html>
- DEMMERT, H.G. (1973). The Economics of Professional Team Sports. Lexington, Mass: Lexington Books (D. C. Heath).

- DEUTSCHER, Christian a Sandra SCHNEEMANN. The Effect of 'Superstars' on Attendance: NHL-Players in the German and Czech Hockey League. *Breaking the Ice* [online]. Cham: Springer International Publishing, 2017, 2017-11-19, 151–175 [cit. 2020-08-12]. Sports Economics, Management and Policy. DOI: 10.1007/978-3-319-67922-8_8. ISBN 978-3-319-67921-1. Dostupné z: http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-67922-8_8
- DOS SANTOS, Manuel Alonso a Cody T. HAVARD. An Attendance Behavior Model At Sports Events: Comparison and Constrast of Two Models. Department of Marketing and Market Research, Faculty of Economics and Business, University of Granada, Spain; Department of Business Organisation, Marketing and Sociology, Faculty of Social Sciences and Law, University of Jaén, Spain. [online]. 2012, 21–42 [cit. 2020-08-11]. Dostupné z: <http://archive.sciendo.com/SSR/ssr.2012.xxi.issue-1-2/v10237-012-0002-x/v10237-012-0002-x.pdf>
- DOUVIS, John. What makes fans attend professional sporting events? A review. *Advances in Sport Management Research* [online]. 2014, 1(1), 40–70 [cit. 2020-08-07]. Dostupné z: http://sparti.uop.gr/~toda/asmrj/Vol1_c.pdf
- DOVALIL, Josef. Lexikon sportovního tréninku. 2., upr. vyd. Učební text pro studenty Fakulty tělesné výchovy a sportu UK [online]. 2008 [cit. 2020-08-08]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/40343186_Lexikon_sportovniho_treninku
- Dubai Ice Rink [online]. Dubai, 2021 [cit. 2021-04-20]. Dostupné z: <https://www.dubaiicerink.com/>
- DUKE, Vic. Perestroika in progress?: The case of spectator sports in Czechoslovakia. *British Journal of Sociology* [online]. 1990, 41, 145–156 [cit. 2020-08-11]. Dostupné z: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1111/j.1467-954X.1996.tb00425.x>
- Dukla Jihlava [online]. HC Dukla Jihlava, s.r.o. & eSports.cz, 2002–2020 [cit. 2020-08-11]. Dostupné z: <https://www.hcdukla.cz/>
- DW: Made for minds [online]. Německo: Deutsche Welle, 2019 [cit. 2020-08-09]. Dostupné z: <https://www.dw.com/en/top-stories/s-9097>
- DWORKIN, Shari L. a Michael A. MESSNER. Introduction: Gender Relations and Sport. *Sociological Perspectives* [online]. 2002, 45(4), 347–352 [cit. 2021-04-20]. ISSN 0731-1214. Dostupné z: doi:10.1525/sop.2002.45.4.347
- Elite Prospects [online]. Švédsko: Elite Prospects, 1999–2020 [cit. 2020-08-12]. Dostupné z: <https://www.eliteprospects.com/>
- ESPN [online]. 2020 [cit. 2020-08-11]. Dostupné z: <https://www.espn.com/>
- Eurostat: Your key to European statistics [online]. European commission, 2020 [cit. 2020-08-09]. Dostupné z: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/microdata/european-union-statistics-on-income-and-living-conditions>

- FC Barcelona [online]. Barcelona, 2021 [cit. 2021-04-20]. Dostupné z:
<https://www.fcbarcelona.com/en/>
- FIB [online]. Bandy in Olympics, 2018 [cit. 2020-08-09]. Dostupné z:
<https://www.bandyinolympics.com/>
- FINANCE.CZ [online]. Mladá fronta, 2020 [cit. 2020-08-11]. Dostupné z:
<https://www.finance.cz/526932-fotbal-versus-hokej/>
- FORMENTI, F. a A. E. MINETTI. Human locomotion on ice: the evolution of ice-skating energetics through history. *Journal of Experimental Biology* [online]. 2007, 210(10), 1825–1833 [cit. 2020-08-09]. DOI: 10.1242/jeb.002162. ISSN 0022-0949. Dostupné z:
<http://jeb.biologists.org/cgi/doi/10.1242/jeb.002162>
- FORREST, David a Rob SIMMONS. New Issues in Attendance Demand. *Journal of Sports Economics* [online]. 2006, 7(3), 247–266 [cit. 2021-04-20]. ISSN 1527-0025. Dostupné z:
[doi:10.1177/1527002504273392](https://doi.org/10.1177/1527002504273392)
- FORTUNA LIGA [online]. LFA & 2Score, s.r.o. & eSports, 2020 [cit. 2020-08-12]. Dostupné z: <https://www.fortunaliga.cz/>
- FREITAS, José. Clusters in Sports Industry: EU Approach and Support. In: EPSI Conference on Sports and Innovation June 13th, 2014 – Voiron, France [online]. Francie: European Commission, 2014, 1–11 [cit. 2020-08-07]. Dostupné z: <https://epsi.eu/wp-content/uploads/2017/08/JFREITAS-EPSI-13-juin14.pdf>
- GAFFNEY, Christopher. Joseph, MAGUIRE. *Social Sciences in Sport* [online]. Ilustrované vydání. United Kingdom: Human Kinetics, 2013, 2013, 109–134 [cit. 2020-08-06]. ISBN 9780736089586. Dostupné z: https://www.academia.edu/6374382/Geography_of_Sport
- GELNÁ, Tereza, FIALOVÁ, Dana (2011): Changing uses of free time in Czechia and Germany. *Acta Universitatis Carolinae Geographica*, 46, 2, s.55–66 ISSN 0300-540
- GELNÁ, Tereza. Sportovní aktivity a veřejná podpora sportu. *Geografické rozhledy*. 2012, 21(4), 26–27.
- GRASGRUBER, Pavel a Jan CACEK. *Sportovní geny*. Brno: Computer Press, 2008. ISBN 978-80-251-1873-3.
- GREXA, Ján a Milena STRACHOVÁ. *Dějiny sportu: přehled světových a českých dějin tělesné výchovy a sportu*. Brno: Masarykova univerzita, 2011. ISBN 978-80-210-5458-5.
- GUT, Karel a Václav PACINA. *Malá encyklopedie ledního hokeje*. Praha: Olympia, 1986.
- GUTTMANN, Allen. *From Ritual to Record: The Nature of Modern Sports*. New York: Columbia University Press, 1978. ISBN 10.7312.
- BAKER, William J. The State of British Sport History. *Journal of Sport History* [online]. 1983, 10(1), 53–66 [cit. 2020-08-08]. Dostupné z:
https://www.jstor.org/stable/43609091?seq=1#metadata_info_tab_contents

- HAMPL, Martin. Realita, společnost a geografická organizace: hledání integrálního řádu. Praha: DemoArt, 1998. ISBN 80-902154-7-5.
- HANSEN, Hal, Roger GAUTHIER a Philipp THEILER. Factors Affecting Attendance at Professional Sport Events. *Journal of Sport Management* [online]. 1989, 3(1), 15–32 [cit. 2020-08-11]. DOI: 10.1123/jsm.3.1.15. ISSN 0888-4773. Dostupné z: <https://journals.humankinetics.com/view/journals/jsm/3/1/article-p15.xml>
- HARARI, Yuval N. Sapiens: od zvířete k božskému jedinci. Voznice: Leda, 2013. ISBN 978-80-7335-344-5.
- HART, R. A., HUTTON, J., a SHAROT, T. Correction: A Statistical Analysis of Association Football Attendances. *Applied Statistics* [online]. 1975, 24(3), 557–576 [cit. 2020-08-12]. DOI: 10.2307/2347091. ISSN 00359254. Dostupné z: <https://www.jstor.org/stable/2347091?origin=crossref>
- HARVEY, David. Space of Hope [online]. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2000 [cit. 2021-04-20]. ISBN 0-7486-1269-6. Dostupné z: https://is.muni.cz/el/1423/podzim2017/SOC593/um/Harvey_2000_Spaces_of_Hope.pdf
- HC Kometa Brno [online]. HC Kometa Brno & eSports.cz, 2019 [cit. 2020-08-11]. Dostupné z: <https://hc-kometa.cz/index.asp?cover=nezobrazit>
- HLAVÁČ, Jiří. Územní diferenciacie návštěvnosti sportovních akcí v České republice [online]. Ústí nad Labem, 2011 [cit. 2020-08-08]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/m21h3h/>. Diplomová práce. Univerzita Palackého v Olomouci.
- HENDL, Jan. Přehled statistických metod: analýza a metaanalýza dat. 3., přeprac. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-482-3.
- HEERE, Bob, Jeffrey JAMES, Masayuki YOSHIDA a Glaucio SCREMIN. The Effect of Associated Group Identities on Team Identity. *Journal of Sport Management* [online]. 2011, 25(6), 606–621 [cit. 2020-08-12]. DOI: 10.1123/jsm.25.6.606. ISSN 0888-4773. Dostupné z: <https://journals.humankinetics.com/view/journals/jsm/25/6/article-p606.xml>
- HEŘMANOVÁ, Eva, Pavel CHROMÝ a kol. Kulturní regiony a geografie kultury: kulturní realie a kultura v regionech Česka. Praha: ASPI, 2009. ISBN 978-80-7357-339-3.
- HIGHAM, James a Tom HINCH. Sport and Tourism Research: A Geographic Approach. *Journal of Sport & Tourism* [online]. 2006, 11(1), 31–49 [cit. 2021-04-20]. ISSN 1477-5085. Dostupné z: doi:10.1080/14775080600985267
- Hockey Club Košice [online]. HC KOŠICE, 2020 [cit. 2020-08-11]. Dostupné z: <https://www.hckosice.sk/>
- Hokej.cz [online]. Praha: BPA sport marketing, 2020 [cit. 2020-08-11]. Dostupné z: <https://hokej.cz/>

- HOLENDA, Antonín. Geografické aspekty rozvoje a distribuce vybraných kolektivních sportů: Proměny regionálního obrazu [online]. Praha, 2012 [cit. 2021-04-20]. Dostupné z: <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/82316/>. Diplomová práce. Univerzita Karlova.
- Champions Hockey League [online]. CHL, 2020 [cit. 2020-08-12]. Dostupné z: <https://www.championshockeyleague.com/>
- CHAROUSEK, Jan. Lední hokej. Liberec, 2013
- Ice Hockey Attendance Stats [online]. Gatsby, 2020 [cit. 2021-04-20]. Dostupné z: hockey.sigmagfx.com
- IDNES.cz [online]. MAFRA, a. s, 1999–2020 [cit. 2020-08-11]. Dostupné z: <https://www.idnes.cz/>
- IHO, Antti a Jaakko HEIKKILÄ. Impact of Advance Ticket Sales on Attendance in the Finnish Football League. Journal of Sports Economics [online]. 2010, 11(2), 214–226 [cit. 2020-08-12]. DOI: 10.1177/1527002509346819. ISSN 1527-0025. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1527002509346819>
- ILIES, Alexandru, Olivier DEHOORNE, Jan WENDT a Gabor KOZMA. For Geography and Sport, Sport Geography or Geography of Sport. Geosport for society [online]. 2014, 1(1), 7–18 [cit. 2020-08-06]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/profile/Jan_Wendt/publication/304253524_For_Geography_and_Sport_Sport_Geography_or_Geography_of_Sport/links/576ba28708aef2a864d21d52.pdf
- INDEPENDENT [online]. London: Independent Digital News & Media Limited, 2014 [cit. 2021-04-20]. Dostupné z: <https://www.independent.co.uk/>
- Inside the Games [online]. Dunsar Media Company Limited, 2020 [cit. 2020-08-09]. Dostupné z: <https://www.insidethegames.biz/>
- International Ice Hockey Federation [online]. Švýcarsko: IIHF 2007–2020, 2020 [cit. 2020-08-09]. Dostupné z: <https://www.iihf.com/>
- IRozhlas [online]. Český rozhlas, 1997–2020 [cit. 2020-08-12]. Dostupné z: <https://www.irozhlaz.cz/>
- JAMES, Jeffrey D. a Stephen D. ROSS. Comparing Sport Consumer Motivations Across Multiple Sports. Sport Marketing Quarterly [online]. 2004, 13(1), 17–25 [cit. 2020-08-06]. Dostupné z: http://www.xtremeiceskating.com/online_documents/Sport_Consumer_Motivations.pdf
- JELÍNEK, Radovan, ed. První fotbalový atlas světa. Praha: Infokart, 2000. ISBN 8090283209.
- JENŠÍK, Miloslav. Kronika českého hokeje: 1894–2000. Praha: Olympia, 2001. ISBN 80-7033-711-7.

- GREGORY a kol., (2009). The Dictionary of Human Geography.
- JOKL, Ernst. Sports in the Cultural Pattern of the World: A Study of the 1952 Olympic Games at Helsinki. Michigan: Institute of Occupational Health, 1956. ISBN 0839105290.
- JONES, J. C. H. a FERGUSON D. G. Location and Survival in the National Hockey League. The Journal of Industrial Economics [online]. 1988, 36(4), 443–457 [cit. 2020-08-07]. Dostupné z: <https://www.jstor.org/stable/2098449?seq=1>
- KILMER, Emma. Hockey Elements Attracting Fans to AHL Games Professional Hockey Elements Attracting Fans to AHL Games. Sport Management Undergraduate [online]. 2017, 1–21 [cit. 2020-08-09]. Dostupné z: https://fisherpub.sjfc.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1132&context=sport_undergrad
- KOHE, Geoffery Z. Sport in History: An introduction, by J. Hill. Sport in Society [online]. 2012, 15(9), 1311–1313 [cit. 2020-08-06]. DOI: 10.1080/17430437.2012.744545. ISSN 1743-0437. Dostupné z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17430437.2012.744545>
- KOLIŠ, Jiří a Dominik HAŠEK. Příběhy z hokejové branky. [Praha]: Petit, 2002. ISBN 80-903208-0-5.
- Kooperativa NBL [online]. Praha: ALK, [cit. 2020-08-12]. Dostupné z: <https://www.nbl.cz/>
- KOREC, Pavol a Jaroslav RUSNÁK. Prístupy humannej geografie: filozofia, teória a kontext [online]. Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislave, 2018 [cit. 2021-04-20]. ISBN 978-80-223-4625-2. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/329587285_Pristupy_humannej_geografie_filozofia_teoria_a_kontext
- Králové Písek [online]. Písek: IHC Písek a eSports.cz, 2002–2020 [cit. 2020-08-11]. Dostupné z: <https://ihcpisek.cz/index.asp>
- KŮSOVÁ, Tereza, ŠPAČKOVÁ, Petra, POSPÍŠILOVÁ, Lucie (2017): Rozdílné trávení času mužů a žen: Návrh studentského výzkumného projektu. Geografické rozhledy, 26(3), 10–11, ISSN 1210-3004
- KYSELÝ, Jakub. Geografická analýza vybraných sportovních akcí v ČR a jejich možné dopady na rozvoj regionu [online]. Brno, 2016 [cit. 2020-08-11]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/th/hf0z9/Bakalarska-prace-Jakub-Kysely.pdf>. Bakalářská práce. Masarykova Univerzita.
- LAHVIČKA, Jiří. Attendance of ice hockey matches in the Czech Extraliga [online]. Praha, 2010 [cit. 2020-08-07]. Dostupné z: <https://vskp.vse.cz/eid/23759>. Diplomová práce. Vysoká škola ekonomická v Praze.
- LEVERMORE, Roger a Aaron BEACOM. Sport and International Development [online]. 2009 [cit. 2021-04-20]. ISBN 978-0-230-58440-2. Dostupné z: <https://www.palgrave.com/gp/book/9780230542563>

- LOMBARDO, Michael P. On the Evolution of Sport. *Evolutionary Psychology* [online]. 2012, 10(1) [cit. 2021-04-20]. ISSN 1474-7049. Dostupné z: doi:10.1177/147470491201000101
- LTC Praha [online]. Praha, 2018 [cit. 2020-08-11]. Dostupné z: <http://ltc-praha.cz/historie/>
- MADALOZZO, Regina a Rodrigo BERBER VILLAR. Brazilian Football: What Brings Fans to the Game? *Journal of Sports Economics* [online]. 2009, 10(6), 639–650 [cit. 2020-08-07]. Dostupné z: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1527002509335572>
- MAESAM-T-ABDULRAZAK, OMAR-FAUZEE, Mohd sofian a Abd-Latif ROZITA. The Perspective of Arabic Muslim Women toward Sport Participation. *Journal of Asia Pacific Studies* [online]. 2010, 1(2), 364–377 [cit. 2020-08-09]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/44035858_The_Perspective_of_Arabic_Muslim_Women_toward_Sport_Participation
- MARCUM, John P., Theodore N. GREENSTEIN a Cody T. HAVARD. Factors Affecting Attendance of Major League Baseball: II. A Within-Season Analysis. *Sociology of Sport Journal* [online]. 1985, 2(4), 314–322 [cit. 2020-08-11]. DOI: 10.1123/ssj.2.4.314. ISSN 0741-1235. Dostupné z: <https://journals.humankinetics.com/view/journals/ssj/2/4/article-p314.xml>
- Mapy.cz [online]. seznam.cz [cit. 2020-08-12]. Dostupné z: <https://mapy.cz/zakladni?x=14.4001000&y=50.1019000&z=11>
- MATTHEWS, John A. a David T. HERBERT. *Geography: A very Short Introduction* [online]. Oxford: Oxford University Press, 2008 [cit. 2021-04-20]. ISBN 978-0-19-921128-9. Dostupné z: https://books.google.cz/books?hl=cs&lr=&id=6HDvRWo1DN8C&oi=fnd&pg=PP10&dq=herbert+2008+cultural+geography&ots=Vxdx2l_Whd&sig=aHuXRSH39y8zLD8gGpFgxftMS2o&redir_esc=y#v=onepage&q=herbert%202008%20cultural%20geography&f=false
- MATTHEWS, Christopher R. a Alex CHANNON. It's Only Sport"—The Symbolic Neutralization of "Violence. *Symbolic Interaction* [online]. 2016, 39(4), 557–576 [cit. 2020-08-09]. Dostupné z: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/symb.265>
- MCFARLANE, Brian. *Best Of The Original Six*. Fenn Publishing Company, 2004. ISBN 978-1551682631.
- MIČUDA, Pavel. *Geografické aspekty původu vrcholových hráčů a líhní ledního hokeje: komparace vybraných zemí Evropy* [online]. Praha, 2016 [cit. 2020-08-11]. Dostupné z: <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/146510/>. Diplomová práce. Univerzita Karlova.
- MILLER, Stephen J. *Ancient Greek Athletics* [online]. History Book Club, 2006 [cit. 2021-04-20]. ISBN 9780300115291. Dostupné z: <https://yalebooks.yale.edu/book/9780300115291/ancient-greek-athletics>

- MILLS, Brian M. a Rodney FORT. Team-Level Time Series Analysis in MLB, the NBA, and the NHL: Attendance and Outcome Uncertainty. *Journal of Sports Economics* [online]. 2019, 19(7) [cit. 2020-08-11]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/315904327_Team-Level_Time_Series_Analysis_in_MLB_the_NBA_and_the_NHL_Attendance_and_Outcome_Uncertainty
- MOORE, A., WIGHAM, P., HOLT, A. ALDRIGE, C. a HODGE, K. Sport and Time Geography; A good match? Paper presented at Spatial Information Research Centre [online]. 2006, 6 [cit. 2021-04-20]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/profile/Jan-Wendt-2/publication/304253524_For_Geography_and_Sport_Sport_Geography_or_Geography_of_Sport/links/576ba28708aef2a864d21d52/For-Geography-and-Sport-Sport-Geography-or-Geography-of-Sport.pdf
- MUNI IS [online]. Brno: Masarykova Univerzita, 2021 [cit. 2021-04-20]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/>
- MURRAY, Sandra. Book Reviews: John Bale. *International Review for the Sociology of Sport* [online]. 2016, 26(4), 352–354 [cit. 2021-03-07]. ISSN 1012-6902. Dostupné z: doi:10.1177/101269029102600409
- MURRELL, A. J., & DIETZ, B. (1992). Fan support of sport teams: The effect of a common group identity. *Journal of Sport & Exercise Psychology*, 14(1), 28–39.
- NEUBAUER, Jiří, Marek SEDLAČÍK a Oldřich KŘÍŽ. *Základy statistiky: aplikace v technických a ekonomických oborech*. 2., rozšířené vydání. Praha: Grada, 2016. ISBN 9788024757865.
- NHL.COM [online]. Frank J. Zamboni & Co., 2019 [cit. 2020-08-11]. Dostupné z: <https://www.nhl.com/>
- Nhl.cz [online]. BPA sport marketing, 2020 [cit. 2020-08-11]. Dostupné z: [nhl.cz/](https://www.nhl.cz/)
- NOLL, R. G. (1974). Attendance and price setting. In R. G. Noll (Ed.), *Government and the sports business* (pp. 115–157). Washington, DC: Brookings Institution.
- OECD: better policies for better lives [online]. Organisation for Economic Co-operation and Development, 2021 [cit. 2021-04-20]. Dostupné z: <https://www.oecd.org/>
- OLECKÁ, Ivana a Kateřina IVANOVÁ. *Metodologie vědecko-výzkumné činnosti*. Olomouc: Moravská vysoká škola Olomouc, 2010. ISBN 978-80-87240-33-5.
- OLIN, Kalevi. Attitudes Toward Professional Foreign Players in Finnish Amateur Basketball. *International Review for the Sociology of Sport* [online]. 2016, 19(3–4), 273–282 [cit. 2020-08-11]. DOI: 10.1177/101269028401900306. ISSN 1012-6902. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/101269028401900306>

- Oxford Handbooks Online [online]. Oxford: Oxford University Press, 2021 [cit. 2021-04-20].
Dostupné z: <https://www.oxfordhandbooks.com/>
- PAUL, Rodney J. Variations in NHL Attendance: The Impact of Violence, Scoring, and Regional Rivalries. *American Journal of Economics and Sociology* [online]. 2003, 62(2), 345-364 [cit. 2020-08-07]. DOI: 10.1111/1536-7150.00216. ISSN 00029246. Dostupné z: <http://doi.wiley.com/10.1111/1536-7150.00216>
- PAUL, Rodney J., Andrew P. WEINBACH a D. ROBBINS. American hockey league attendance: A study of fan preferences for fighting, team performance, and promotions. *International journal of sport finance* [online]. 2012, 8(1), 21–38 [cit. 2020-08-07].
Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/289896396_American_hockey_league_attendance_A_study_of_fan_preferences_for_fighting_team_performance_and_promotions
- PAUL, Rodney, WEINBACH Andrew a RICCARDI, Nick. Attendance in the Canadian Hockey League: The Impact of Winning, Fighting, Uncertainty of Outcome, and Weather on Junior Hockey Attendance. *International Journal of Financial Studies* [online]. 2019, 7(12), 1–11 [cit. 2020-08-11]. Dostupné z: <https://ideas.repec.org/a/gam/jijfss/v7y2019i1p12-d207391.html>
- PAVLÍK, Jiří. Aplikovaná statistika. Praha: Vysoká škola chemicko-technologická, 2005. ISBN 80-708-0569-2.
- PEEL, David a Dennis A. THOMAS. The Demand for Football: Some Evidence on Outcome Uncertainty. *Empirical Economics* [online]. 1992, 17(2), 323-331 [cit. 2021-04-20].
Dostupné z: https://econpapers.repec.org/article/sprempco/v_3a17_3ay_3a1992_3ai_3a2_3ap_3a323-31.htm
- PETERS, Daniel. Winning Percentage and Attendance in the NHL Winning Percentage and Attendance in the NHL. Fisher Digital Publications at St. John Fisher College [online]. 2011, , 1–37 [cit. 2020-08-11]. Dostupné z: https://fisherpub.sjfc.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1030&context=sport_undergrad
- POCOCK, Douglas, Edward RELPH a Yi-Fu TUAN. Classics in human geography revisited. *Progress in Human Geography* [online]. 1994, 18(3), 355–359 [cit. 2021-04-20]. ISSN 0309-1325. Dostupné z: doi:10.1177/030913259401800305
- POPOVIC, Stevo a Dusko BJELICA. Relationship between Sport and National Identity in Montenegro. *Sport Mont Journal* [online]. 2013, 3(1), 31–33 [cit. 2021-02-24]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/253240704_Relationship_between_Sport_and_National_Identity_in_Montenegro
- Přírodovědecká fakulta: Univerzity Karlovy [online]. Praha: Přírodovědecká fakulta, 2021 [cit. 2021-04-20]. Dostupné z: <https://www.natur.cuni.cz/fakulta>

- PROVENZANO, John. Determining if factors affecting NHL attendance are equal across geographical regions. Proceedings: 6th Annual Symposium: Graduate Research and Scholarly Projects [online]. Wichita, KS: Wichita State University, 2010, 6(1), 53–54 [cit. 2020-08-07]. Dostupné z: <https://soar.wichita.edu/handle/10057/3176>
- REGAN, Helen. Taiwan to vote on changing 'Chinese Taipei' Olympic name [online]. CNN sans, 2018 [cit. 2020-08-09]. Dostupné z: <https://edition.cnn.com/2018/11/23/asia/taiwan-referendum-olympic-chinese-taipei-intl/index.html>
- ROCKERBIE, Duane W. Fighting as a profit maximizing strategy in the National Hockey League: more evidence. Applied Economics [online]. 2015, 48(4), 292–299 [cit. 2020-08-07]. DOI: 10.1080/00036846.2015.1078446. ISSN 0003-6846. Dostupné z: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00036846.2015.1078446>
- ROONEY, John F. Up from the Mines and Out from the Prairies: Some Geographical Implications of Football in the United States. Geographical Review [online]. 1969, 59(4) [cit. 2021-04-20]. ISSN 00167428. Dostupné z: doi:10.2307/213858
- ROONEY J. (1974), A geography of American sport, Addison Wesley, Reading, Massachussets. ISBN 020106491X
- ROONEY, John a Richard PILLSBURY. Atlas of American Sport. Illustrated edition. Macmillan Publishing Company, 1992. ISBN 0028973518.
- ROTTENBERG, Simon. The Baseball Players' Labor Market. The Journal of Political Economy [online]. 1956, 64(3) [cit. 2020-08-11]. Dostupné z: <https://faculty1.coloradocollege.edu/~afenn/web/EC%20389/Student%20Articles/Rottenberg56.pdf>
- SAMRA, Balwant a Anna WOS. Consumer in Sports: Fan typology analysi. Journal of Intercultural Management [online]. 2014, 6(4), 263–288 [cit. 2020-08-11]. Dostupné z: [file:///C:/Users/Patatino/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/\[20800150%20-%20Journal%20of%20Intercultural%20Management\]%20Consumer%20in%20Sports_%20Fan%20typology%20analysis%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Patatino/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/[20800150%20-%20Journal%20of%20Intercultural%20Management]%20Consumer%20in%20Sports_%20Fan%20typology%20analysis%20(1).pdf)
- SCREMIN, Glaucio a Allan STEPHEN. Satellite television and football attendance: the not so super effect. Applied Economics Letters, Taylor & Francis Journals [online]. 2004, 11(2), 123–125 [cit. 2020-08-12]. Dostupné z: <https://ideas.repec.org/a/taf/apeclt/v11y2004i2p123-125.html>
- SEKOT, Aleš. Sport a společnost. Brno: Paido, 2003. ISBN 80-7315-047-6.
- SCHOFIELD, J. A. Performance and attendance at professional team sports: A Statistical Analysis of Association Football Attendances. Journal of Sport Behaviour [online]. 1983, 6(4), 196–206 [cit. 2020-08-12]. Dostupné z: <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/19841807696>

- SCHULKIN, Jay. Sport [online]. New York Chichester, West Sussex: Columbia University Press, 2016 [cit. 2020-08-08]. DOI: 10.7312/schu17676. ISBN 9780231541978.
- SILVEIRA, Marcelo Paciello, Marcos Vinicius CARDOSO a Filipe QUEVEDO-SILVA. Factors influencing attendance at stadiums and arenas. Marketing Intelligence & Planning [online]. 2019, 37(1), 50-65 [cit. 2020-08-07]. DOI: 10.1108/MIP-02-2018-0048. ISSN 0263-4503. Dostupné z: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/MIP-02-2018-0048/full/html>
- SLEPIČKA, Pavel, SLEPIČKOVÁ, Irena, KOTLÍK, Kamil, & LANDA, Pavel. (2010). Divácká reflexe sportu. Praha: Karolinum. 978-80-246-1838-8.
- SLEPIČKOVÁ, Irena, & SLEPIČKA, Pavel.(2006). Globalizovaný sport a národní identita. Telesná výchova & šport, 1, s.15–18. ISSN 1210-7689
- SLEPIČKOVÁ, Irena a SLEPIČKA Pavel. Kde hledat počátky moderního sportu. Geografické rozhledy. 2012, 21(4), 2–5. ISSN 1210-3004
- SMART, Barry. Not playing around: global capitalism, modern sport and consumer culture. Global networks: a journal of transnational affairs [online]. 2007, 7(2), 113–134 [cit. 2021-04-19]. Dostupné z: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/j.1471-0374.2007.00160.x>
- SMITH, Earl. Sociology of Sport and Social Theory. Human Kinetics, 2009. ISBN 978-0736075725.
- Special Focus: Measuring Leisure in OECD Countries. OECD iLibrary [online]. SOCIETY AT A GLANCE, 2009, 19–49 [cit. 2020-08-08]. ISBN 978-92-64-04938-3. Dostupné z: <https://www.oecd.org/berlin/42675407.pdf>
- Spengler Cup [online]. Davos: Swisstosport [cit. 2020-08-12]. Dostupné z: <https://www.spenglercup.ch/de>
- Sport.cz [online]. Seznam.cz, a.s, 2020 [cit. 2020-08-12]. Dostupné z: <https://www.sport.cz/>
- SPORTLISTER [online]. United States: Sportlister, 2017 [cit. 2020-08-09]. Dostupné z: <https://sportlister.com/>
- Sports show [online]. sportsshow.net, 2020 [cit. 2020-08-09]. Dostupné z: <https://sportsshow.net/>
- SPOTRAC [online]. Spotrac, 2020 [cit. 2020-08-11]. Dostupné z: <https://www.spotrac.com/>
- STANDEVEN, Joy a Paul DE KNOP. Sport Tourism [online]. Illustrated edition. Human Kinetics, 1999 [cit. 2021-04-20]. ISBN 9780873228534. Dostupné z: https://books.google.cz/books/about/Sport_Tourism.html?id=nwLvV9z3oRcC&redir_esc=y
- Statista [online]. 2020 [cit. 2020-08-11]. Dostupné z: <https://www.statista.com/>

- STENBACKA, Niclas. Factors that Influence Spectator Attendance in Ice Hockey [online]. Vaasa, 2017 [cit. 2020-08-06]. Dostupné z: <https://core.ac.uk/reader/161417368>. Studentská práce. Vaasan Ammattikorkeakoulu University of Applied Sciences.
- STONE, Marilyn A. a John Desmond. Fundamentals of marketing [online]. Taylor & Francis e-Library. New York: Routledge, 2007 [cit. 2020-08-12]. ISBN 0-203-03078-8. Dostupné z: www.research-excellence.com/ebooks/Fundamentals%20of%20Marketing.pdf
- SUOMINEN, Seppo. Demand for ice hockey, the factors explaining attendance of ice hockey games in Finland. Jääkiekkokirja [online]. 2009 [cit. 2020-08-07]. Dostupné z: myy.haaga-helia.fi/~seppo.suominen/Conferencepapers/icehockey17Feb2010.pdf
- Swiss Ice Hockey [online]. Swiss Ice Hockey, 2020 [cit. 2020-08-12]. Dostupné z: <https://www.sihf.ch/de/>
- ŠICHAN, Jan. Časoprostorový vývoj kolektivních sportů v České republice [online]. 2011 [cit. 2020-08-11]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/cni4mw/>. Diplomová práce. Univerzita Palackého v Olomouci.
- ŠPAČEK, Ondřej. Sport pro všechny? Sociální nerovnosti a sportovní aktivity. Sociální studia / Social Studies [online]. 2011, 8(1), 53–78 [cit. 2021-04-20]. ISSN 1803-6104. Dostupné z: doi:10.5817/SOC2011-1-53
- ŠTĚPÁNEK, Vít. Geografie sportu [online]. Ústí nad Labem, 2013 [cit. 2020-08-09]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/97chig/>. Diplomová práce. Univerzita Jana Evangelisty Purkyně v Ústí nad Labem.
- The Canadian Encyclopedia [online]. Kanada: Historica Canada, 2020 [cit. 2020-08-09]. Dostupné z: <https://www.thecanadianencyclopedia.ca/en>
- MUELLER, Thomas. (2000): The City Loves Sports 2000: An Examination of the Sports Oriented Development Discourse in St Louis, Missouri,
- The Birthday of Hockey [online]. Windsor, Kanada: WordPress, 1999 [cit. 2020-08-11]. Dostupné z: <https://www.birthplaceofhockey.com/origin/overview/>
- THRIFT, Nigel a Allan PRED. Time-geography: a new beginning. Progress in Human Geography [online]. 1981, 5(2), 277–286 [cit. 2021-04-20]. ISSN 0309-1325. Dostupné z: doi:10.1177/030913258100500209
- TOMÁŠEK, Jiří. Územní diferenciacie návštěvnosti sportovních akcí v České republice [online]. Olomouc, 2012 [cit. 2020-08-06]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/m21h3h/>. Bakalářská práce. Univerzita Palackého v Olomouci.
- TOMEŠ, Jiří. Sport a geografie I. Geografické rozhledy. 2012, 21(4), 6–9. ISSN 1210-3004.
- TOMEŠ, Jiří. Sport a geografie II. Geografické rozhledy. 2012, 21(4), 18–20. ISSN 1210-3004
- Topend Sports Website: Robert Wood [online]. 2001 [cit. 2020-08-09]. Dostupné z: <https://www.topendsports.com/>

- TREBER, Jaret, Lawrence MULCAHY a Manjul Bhusal SHARMA. Empty Seats or Empty Threats? Examining the Effects of the 1994–1995 and 2004–2005 Lockouts on Attendance and Revenue in the National Hockey League. *Journal of Sports Economics* [online]. 2016, 19(5), 677–695 [cit. 2020-08-11]. DOI: 10.1177/1527002516672058. ISSN 1527-0025. Dostupné z: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1527002516672058>
- VERMEULEN, Jeroen a Paul VERWEEL. Participation in sport: bonding and bridging as identity work. *Sport in Society* [online]. 2009, 12(9), 1206–1219 [cit. 2021-04-20]. ISSN 1743-0437. Dostupné z: [doi:10.1080/17430430903137886](https://doi.org/10.1080/17430430903137886)
- VHK ROBE VSETÍN [online]. VHK ROBE VSETÍN, S.R.O. & ESPORTS.CZ, 2020 [cit. 2021-04-20]. Dostupné z: <https://www.hc-vsetin.cz/index.asp?cover=nezobrazit>
- VOJTÍŠEK, Petr. Výzkumné metody [online]. Praha, 2012 [cit. 2020-08-12]. Dostupné z: http://skoly.praha.eu/files/=84121/Skripta+++Výzkumné_metody.pdf. Vysokoškolská skripta. Vyšší odborná škola sociálně právní v Praze.
- WAGNER, Philip, L. Sport: culture and geography. *Lund Studies in Geography, Series B* [online]. 1981, 48(8), 85–108 [cit. 2021-04-20]. Dostupné z: <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/19831898885>
- WISE, Nicholas a Geoffery Z. KOHE. Sports geography: new approaches, perspectives and directions. *Sport in Society* [online]. 2020, 23(1), 1-10 [cit. 2020-08-06]. DOI: 10.1080/17430437.2018.1555209. ISSN 1743-0437. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17430437.2018.1555209>
- ZHANG, J., SMITH J., PEASE, M., MAHAR, T. Spectator knowledge of hockey as a significant predictor of game attendance. *Sport Marketing Quarterly* [online]. 1996, 5(3), 41–48 [cit. 2020-08-08]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/236174336_Spectator_knowledge_of_hockey_as_a_significant_predictor_of_game_attendance
- ZHANG, James J., Dale G. PEASE, Eddie T. C. LAM a Liette M. BELLERIVE. Socio-motivational factors affecting spectator attendance at minor league hockey games. *Sport Marketing Quarterly* [online]. 2001, 10(1), 43–56 [cit. 2020-08-06]. Dostupné z: https://www.academia.edu/1333684/Sociomotivational_Factors_Affecting_Spectator_Attendance_at_Minor_League_Hockey_Games
- ZHANG, James J., Euisoo KIM, Brandon MASTROMARTINO, Tyreal Yizhou QIAN a John NAURIGHT. The sport industry in growing economies: critical issues and challenges. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship* [online]. 2018, 19(2), 110–126 [cit. 2021-04-20]. ISSN 1464-6668. Dostupné z: [doi:10.1108/IJSMS-03-2018-0023](https://doi.org/10.1108/IJSMS-03-2018-0023)

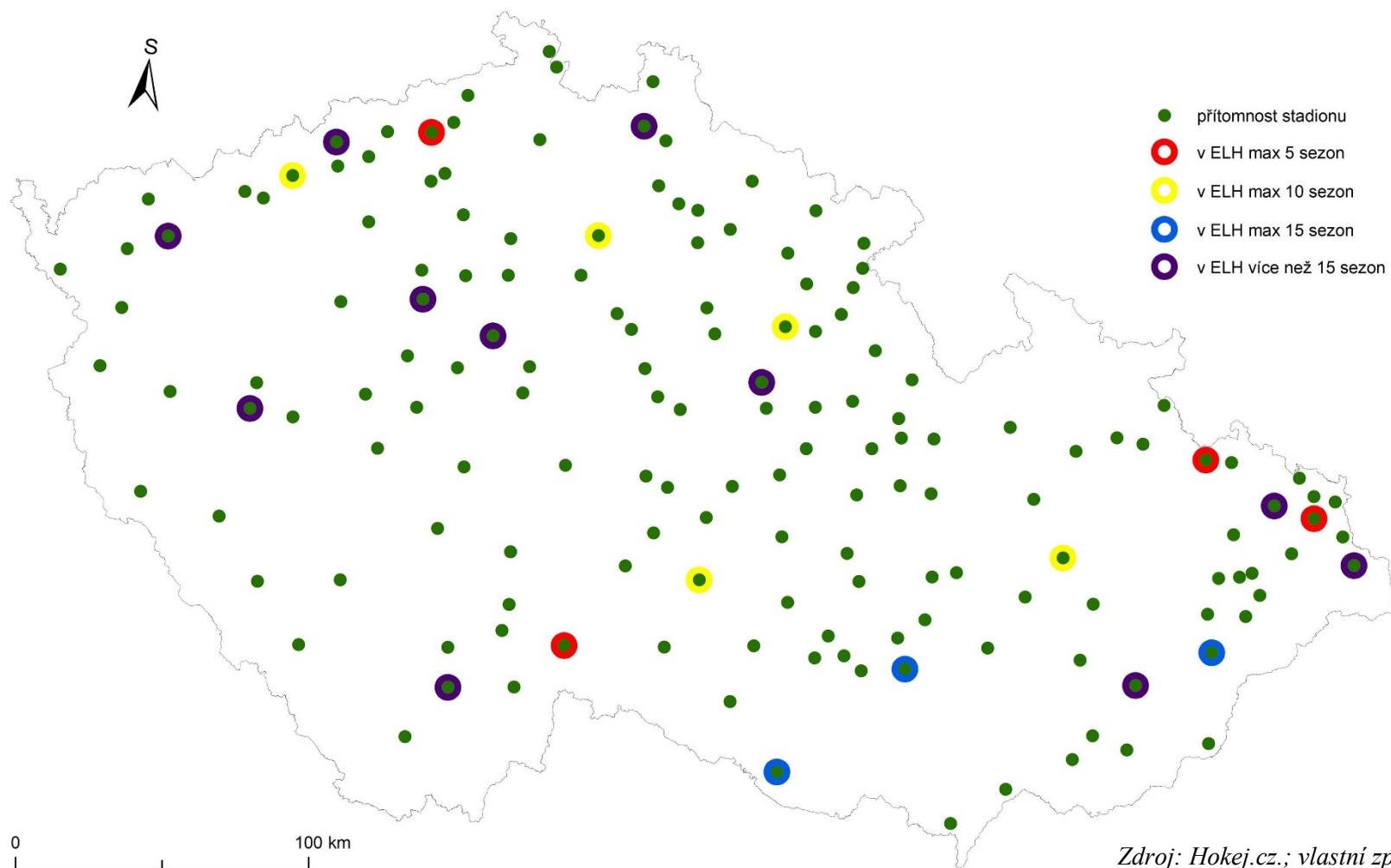
PŘÍLOHY

Mapa 1: Infrastruktura zimních stadionů v Česku.....	139
Mapa 2: Nositelé popularity ledního hokeje ve světě.....	140
Mapa 3: Členské státy Mezinárodní federace ledního hokeje (IIHF).....	141
Mapa 4: Města podle návštěvnosti (ELH mezi roky 2000–2019).....	142

(Poznámka: Zdroj dat pro mapy světa – iihf.com; zdroj dat pro mapy Česka – hokej.cz; vlastní zpracování (program ArcGis))

INFRASTRUKTURA ZIMNÍCH STADIONŮ V ČESKU

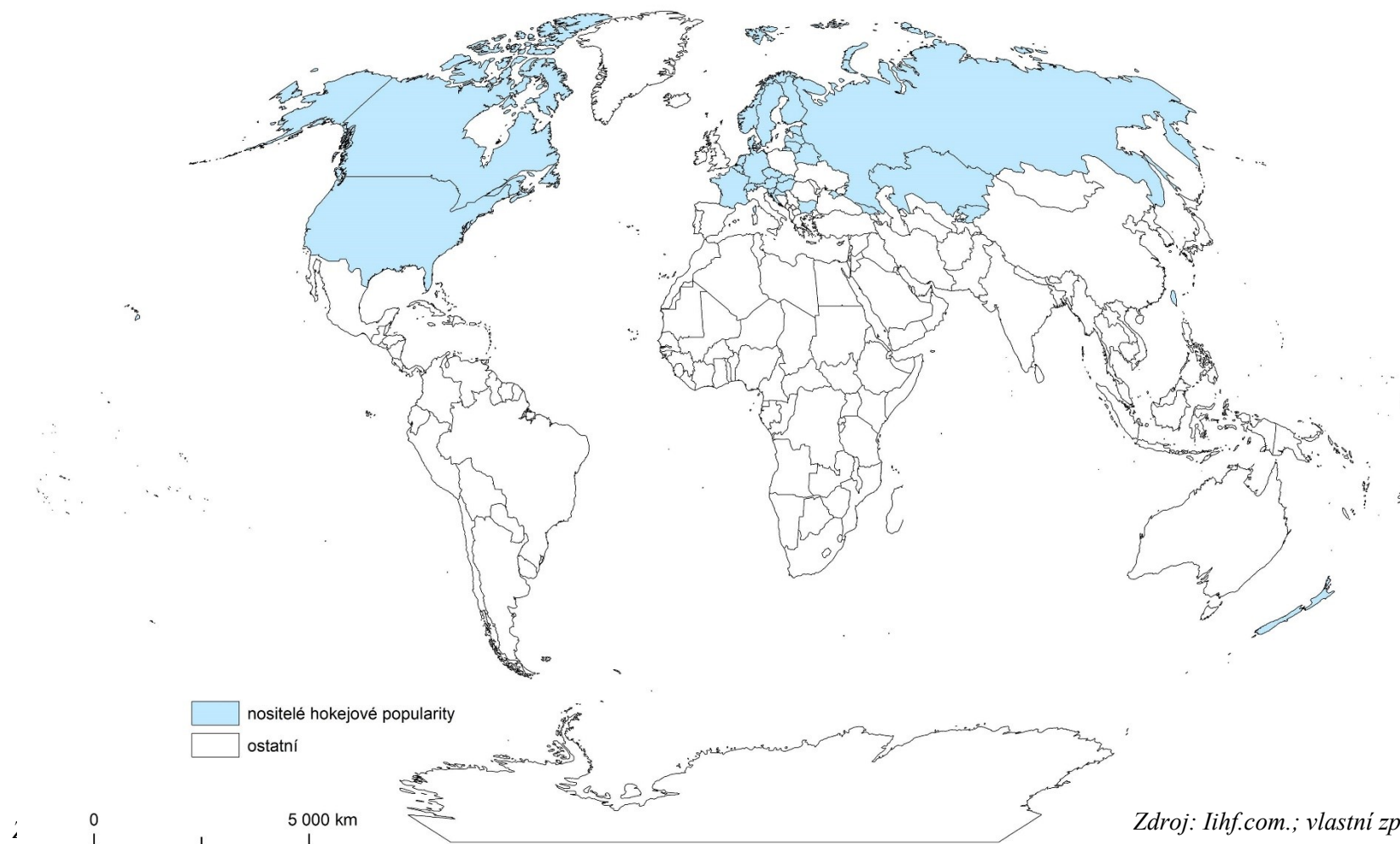
počet sezon v extralize ledního hokeje (ELH) mezi roky 2000 a 2019



Zdroj: Hokej.cz.; vlastní zpracování.

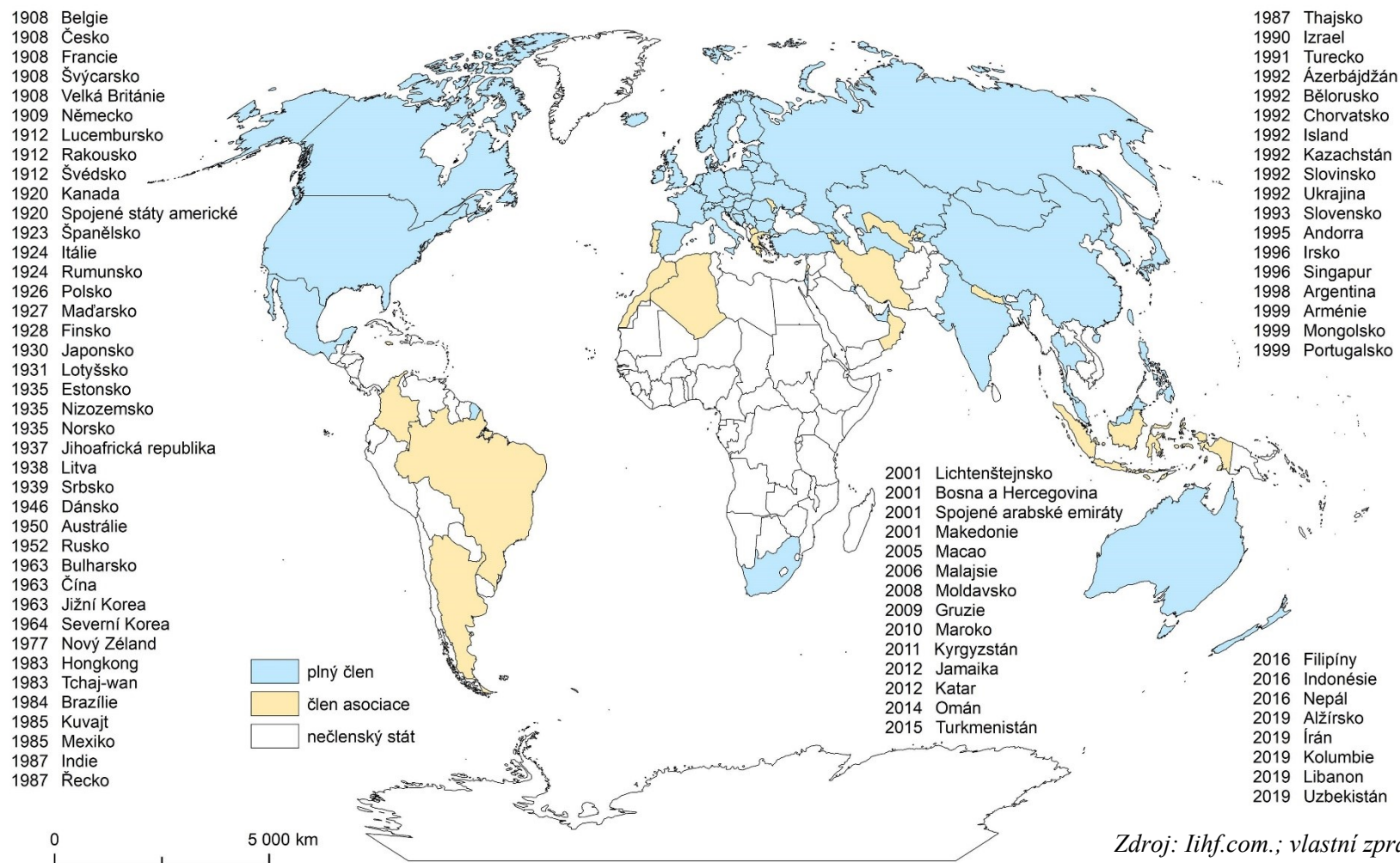
NOSITELÉ POPULARITY LEDNÍHO HOKEJE VE SVĚTĚ

státy s více než milionem obyvatel, s více než 1 hokejistou na 10 tisíc obyvatel, s více než 1 stadionem na milion obyvatel a v žebříčku IIHF mezi nejlepšími 50 státy



ČLENSKÉ STÁTY MEZINÁRODNÍ HOKEJOVÉ FEDERACE (IIHF)

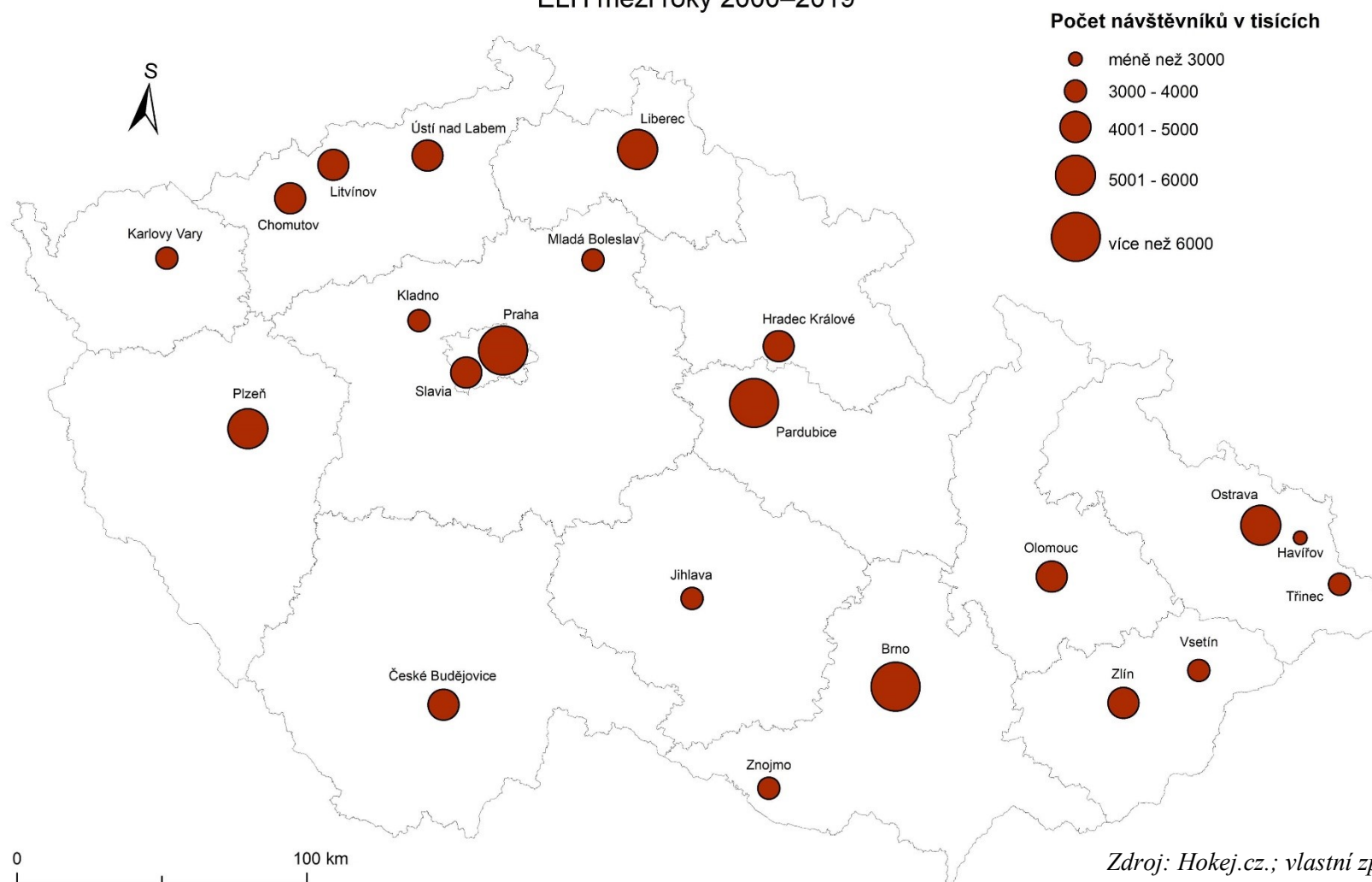
a rok jejich přijetí



Zdroj: Iihf.com.; vlastní zpracování.

PRŮMĚRNÁ NÁVŠTĚVNOST EXTRALIGOVÝCH TÝMŮ

ELH mezi roky 2000–2019



Zdroj: Hokej.cz.; vlastní zpracování.